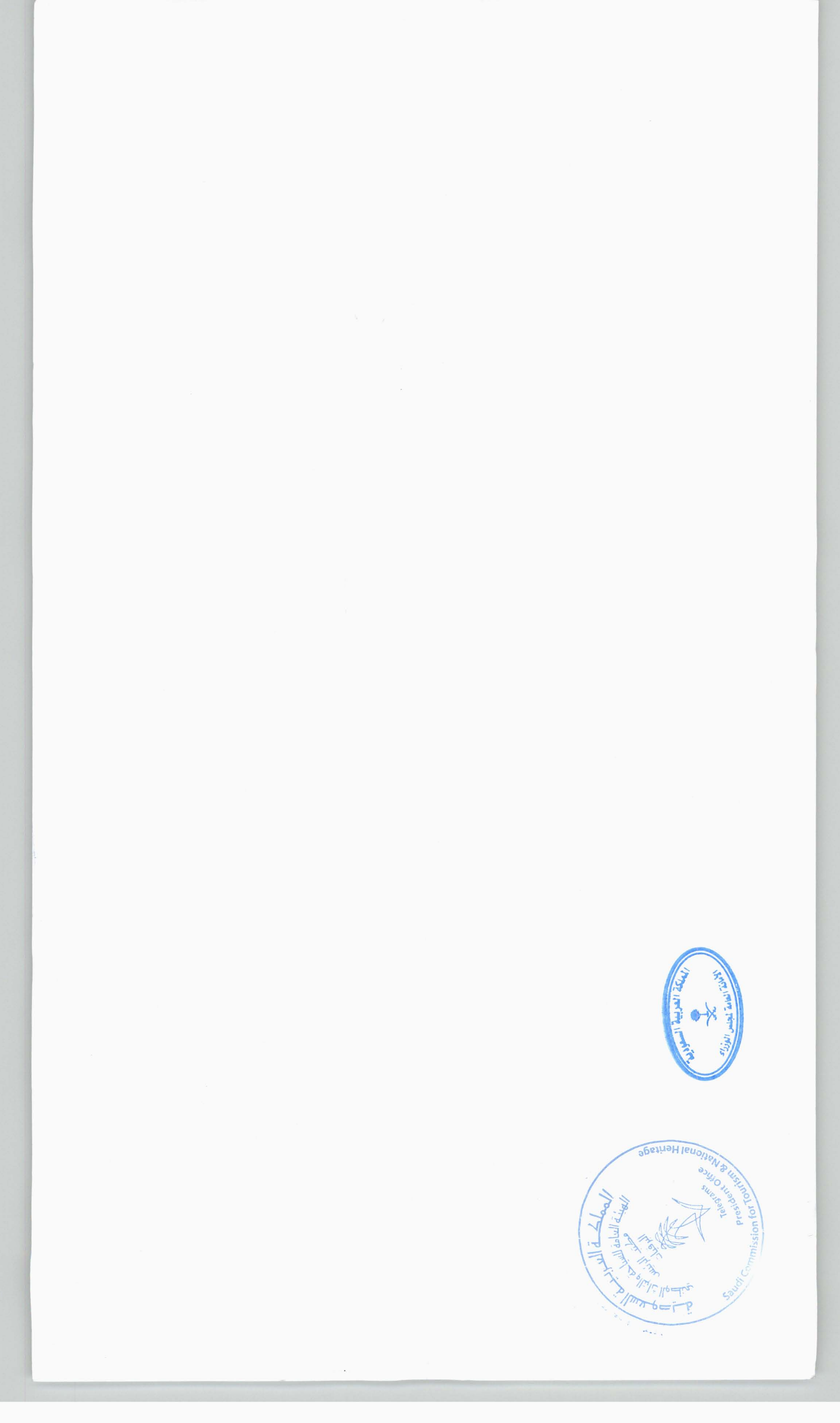


الاستراتيجية العامة لتنمية السياحة الوطنية

٢٤ سبتمبر ٢٠١٩





أهداف اجتماع اليوم

- طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030
- عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى
- التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة





تُعدّ السياحة محركاً رئيسياً لتحقيق أهداف رؤية 2030

ركائز رؤية 2030

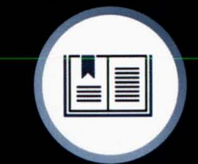
- مجتمع حيوي
- اقتصاد مزدهر
- وطن طموح



أهداف رؤية 2030

- تعزيز القيم الإسلامية والهوية الوطنية
- تنمية وتنويع الاقتصاد
- زيادة معدلات التوظيف
- تعزيز فاعلية الحكومة

مساهمة قطاع السياحة



الترويج للمملكة كوُجهة جاذبة لـ 37 مليون زائر ديني

المساهمة بنسبة 15% تقريباً من الناتج المحلي الإجمالي



دعم القطاع الخاص المحلي، واستقطاب الاستثمار الأجنبي المباشر

خلق قرابة المليوني فرصة عمل، توفير فرص العمل للشباب



المساهمة في الإيرادات الحكومية (الإيرادات غير النفطية)



المنهجية: اعتمدنا على بيانات موثوقة وناقشنا توصياتنا واستراتيجيتنا مع أكثر من 100 خبير

بيانات السياحة الخاصة بالمملكة









الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ومركز المعلومات والأبحاث السياحية، ومنظمة السياحة الإقليمية

المشاريع العملاقة[1]

الوزارات ذات الصلة

بيانات السياحة على الصعيد الدولي





بيانات المستهلكين




استطلاع آراء المستهلكين العالمي مع إجراء 20,000 مقابلة في 17 دولة





تحليل البيانات الضخمة من جوجل

مركز رؤى العملاء لدى شركة بوسطن كونسلتينج جروب

ائتلاف يضم أكثر من 100 خبير

تحديد المواقع في المملكة

ن. العنزي، أ. مرشد، و. الخلوي، أ. الزهراني

أكثر من 60 خبير محلي في مجال السياحة

تقييم المواقع في المملكة

م. فالوب، أ. هوسليتر، م. موزنر، أ. أداس، ف. سماري، س. بلانكو، م. بيرد، هـ. غربنهو، ن. شتلنورث

تقييم الأصول غير الملموسة في المملكة

س. السحيمي، أ. ليتويل، أ. أورباسلي، هـ. الهنيدي، س. أبوستولوبولوس، م. علي

تقييم الاتجاهات

ف. الغربللي، ج. ووتريدج، إ. غولدسوين، أ. الخوري، ي. بداني، ج. رود

الحوكمة

ي. زريكم، ج. ليندكويست، ج. لولس، ج. بوراس، هـ. مرانو، ف. فلورس

تصنيف المستهلكين

أ. بدر، أ. خوالا، ج. لولس، أ. كيرياكيدس





















































1. بما يشمل مشروع "السودة" و"سلوان"

أهداف اجتماع اليوم

طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص الاستنتاجات والمتطلبات









أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

اتجاهات الأسواق العالمية

طموحات المملكة لعام 2030

تقييم المملكة كوجهة سياحية

خارطة الطريق الاستراتيجية لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات





أهداف اجتماع اليوم

طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

- اتجاهات الأسواق العالمية
- طموحات المملكة لعام 2030
- تقييم المملكة كوجهة سياحية
- خارطة الطريق الاستراتيجية لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

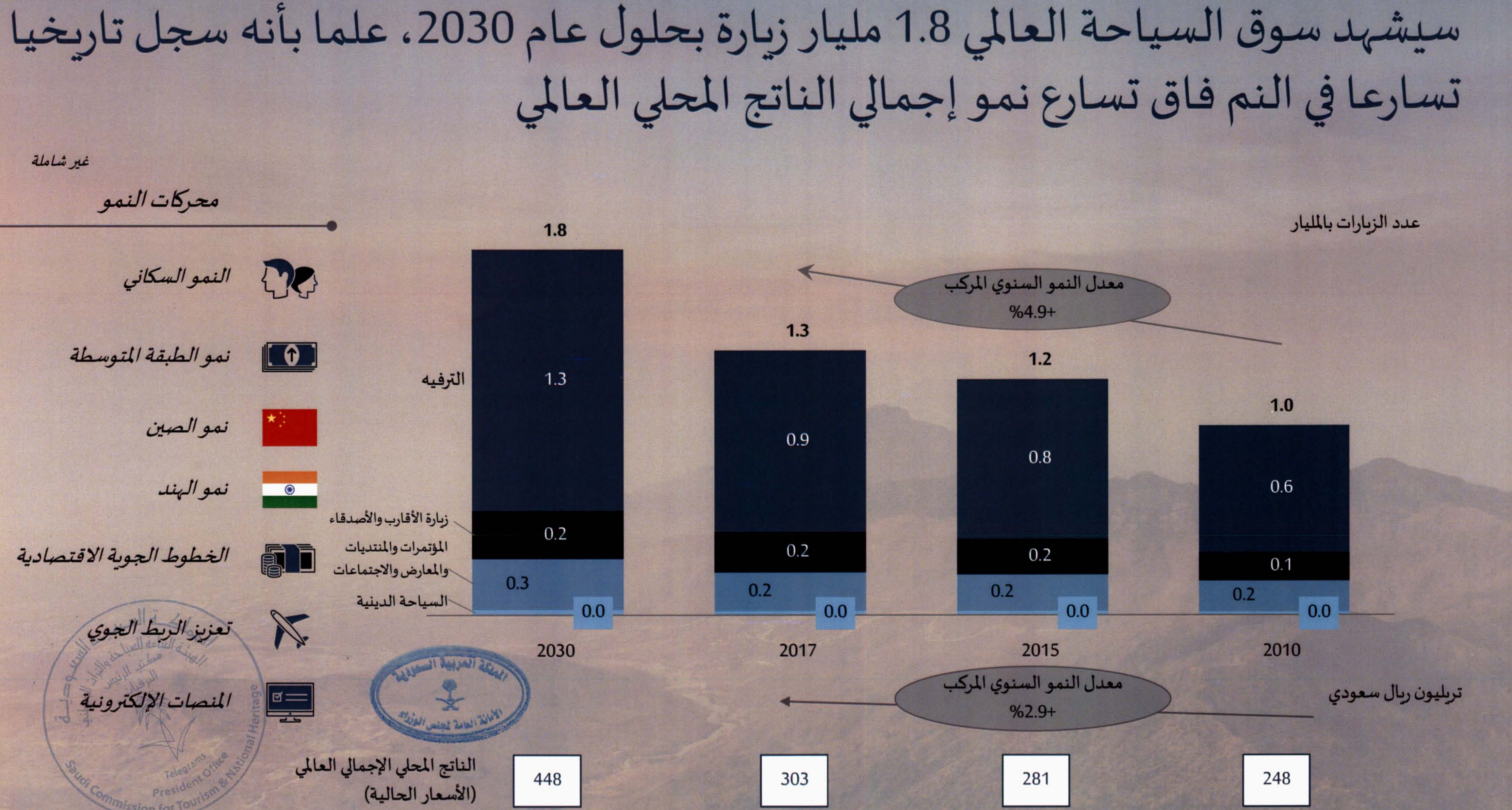
التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات

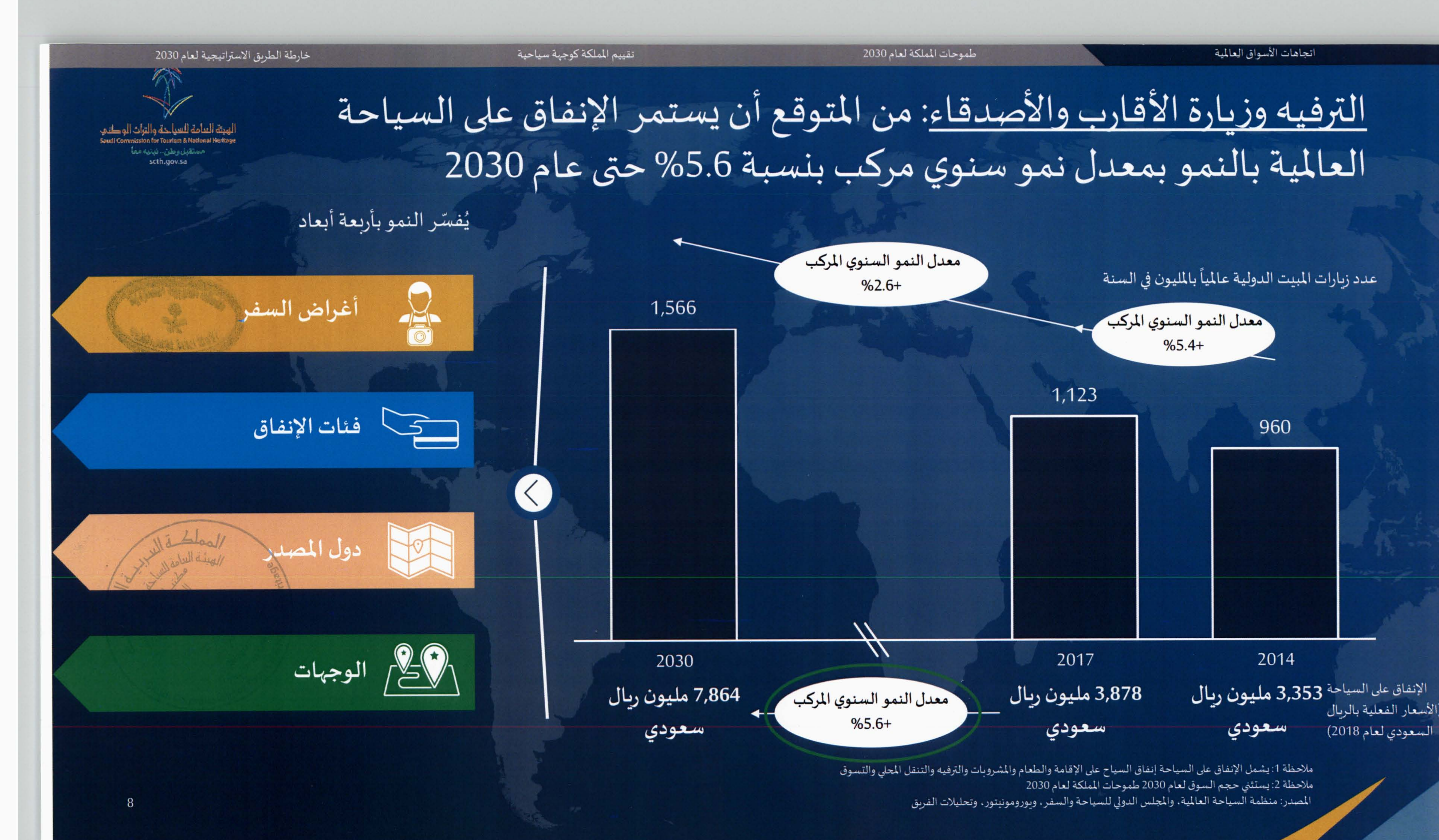




سيشهد سوق السياحة العالمي 1.8 مليار زيارة بحلول عام 2030، علما بأنه سجل تاريخيا تسارعا في النم فاق تسارع نمو إجمالي الناتج المحلي العالمي



المصادر: يورومونيتور، وأكسفورد إكونوميكس، ومنظمة السياحة العالمية، والبنك الدولي


الترفيه وزيارة الأقارب والأصدقاء: من المتوقع أن يستمر الإنفاق على السياحة العالمية بالنمو بمعدل نمو سنوي مركب بنسبة 5.6% حتى عام 2030
الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
scth.gov.sa
يُفسّر النمو بأربعة أبعاد
أغراض السفر
فئات الإنفاق
دول المصدر
الوجهات
عدد زيارات المبيت الدولية عالمياً بالمليون في السنة
معدل النمو السنوي المركب
%5.4+
معدل النمو السنوي المركب
%2.6+
960
1,123
1,566
2014
2017
2030
الإنفاق على السياحة (الأسعار الفعلية بالريال السعودي لعام 2018)
3,353 مليون ريال سعودي
3,878 مليون ريال سعودي
معدل النمو السنوي المركب
%5.6+
7,864 مليون ريال سعودي
ملاحظة 1: يشمل الإنفاق على السياحة إنفاق السياح على الإقامة والطعام والمشروبات والترفيه والتنقل المحلي والتسوق
ملاحظة 2: يستثني حجم السوق لعام 2030 طموحات المملكة لعام 2030
المصدر: منظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، ويوروومونيتور، وتحليلات الفريق



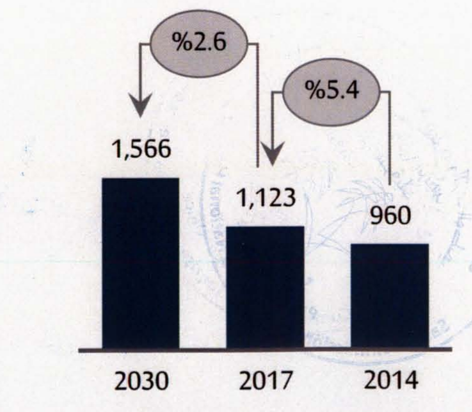
من المتوقع أن يتفوق الشرق الأوسط من حيث النمو على سوق السياحة العالمي حتى عام 2030 على صعيد الزيارات الداخلية والإنفاق الداخلي

الزيارات الداخلية الدولية (بالمليون)



العالم

الزيارات المبيت الدولية سنوياً بالمليون





الشرق الأوسط

أعلى 3 دول

30
11
6

%3.6
%1.4

78
49
47

2030
2017
2014

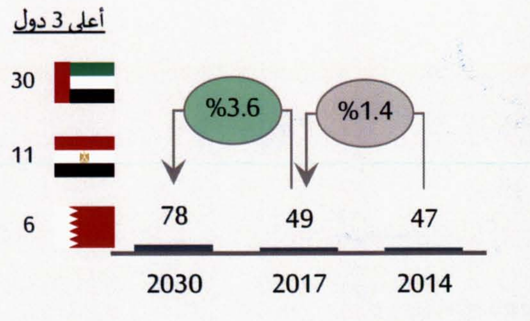
الإنفاق الداخلي الدولي (بالمليار دولار أمريك)





العالم

الإنفاق الدولي السنوي بالمليار دولار أمريكي





الشرق الأوسط

أعلى 3 دول

48
20
14

%6.6
%3.8

125
55
50

2030
2017
2014

المصدر: يورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق

% معدل النمو السنوي المركب السلبي للفترة





المنهجية: أعددنا قاعدة بيانات شاملة لعرض التوقعات المتعلقة بجميع الأبعاد الأربعة لسوق السياحة حتى عام 2030

الخطوة الأولى: توحيد بيانات السياحة المتاحة من مصادر موثوقة
(عدد الزيارات والإنفاق بالدولار)

الخطوة الثانية: بناء قاعدة بيانات متعددة الأبعاد لسوق السياحة لعام 2017
(عدد الزيارات والإنفاق بالدولار)

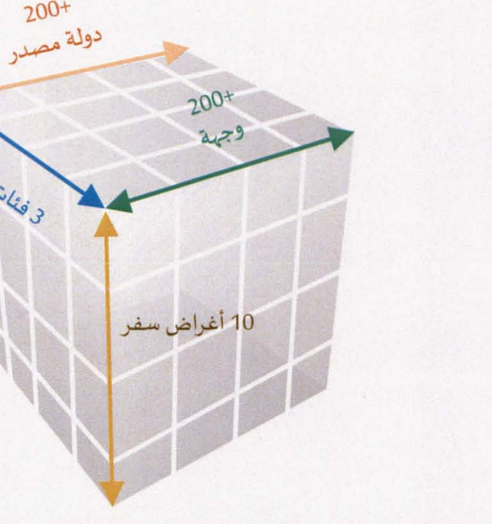
الخطوة الثالثة: توقع قاعدة بيانات متعددة الأبعاد لعام 2030
(عدد الزيارات والإنفاق بالدولار)

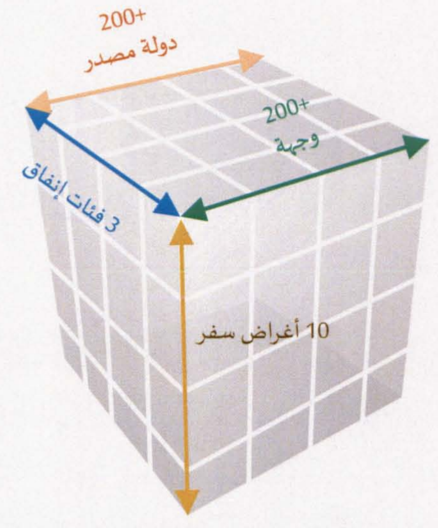
أغراض السفر
(تقارير القطاع)

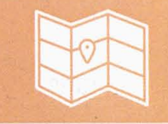
فئات الإنفاق
(شركة إس تي آر لتحليل البيانات، يورومونيتور الدولية)

دول المصدر
(منظمة السياحة العالمية)

الوجهات
(منظمة السياحة العالمية)



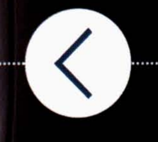






اتباع نهج من أربع خطوات لتقدير حجم سوق السياحة الترفيهية العالمي

عدد الزيارات في عام 2017 وحجم الإنفاق لكل غرض من أغراض السفر، وفئة الإنفاق، ودولة المصدر/الوجهة





عدد الزيارات في عام 2030 و حجم الإنفاق لكل غرض من أغراض السفر، وفئة الإنفاق، ودولة المصدر/الوجهة

قيمة السوق المقدرة (دولار أمريكي) في 2017

- القيمة السوقية المقدرة للسياحة الترفيهية بحسب الغرض من السفر:
  - تحليل 10 أغراض سفر بدمج عدد من تقارير القطاع
  - تعديل التقديرات لمطابقة الإنفاق على السياحة الترفيهية حسب منظمة السياحة العالمية (تستخدم يورومونيتور عندما تكون بيانات منظمة السياحة العالمية ناقصة)
- توزيع قيمة أغراض السفر على الوجهات باستخدام وسائل ذات صلة:
  - على سبيل المثال: مواقع اليونسكو، إيصالات المنتجعات الصحية
- توزيع قيمة الوجهات في فئات الإنفاق عبر الاستفادة من بيانات شركة إس تي آر حول الفنادق واستطلاع آراء المستهلكين: المرافق الفخمة، والمتوسطة، والمنخفضة التكلفة
- تحولت إلى مصدر: اعتماد مطابقة قيمة الوجهة/المصدر لعام 2017 من شركة يورومونيتور

حجم السوق المقدر (زيارات) في 2017

- ترجمة قيمة الوجهات إلى حجم: احتساب متوسط الإنفاق/الزيارة لكل فئة إنفاق للوجهة الواحدة
- تحولت إلى مصدر: اعتماد مطابقة حجم الوجهة/المصدر لعام 2017 من شركة يورومونيتور

حجم السوق المقدر (زيارات) في 2030

- إجمالي الزيارات العالمية المتوقع في 2030 بناء على تحليل الانحدار في سكان العالم (r^2= 0.94)
- الزيارات الخارجية المتوقعة لدول المصدر بناء على توقعات يورومونيتور لعام 2023 والمعدلة بحسب إجمالي الانحدار حتى 2030
- بافتراض تقسيم الزيارات حسب نفس فئة الإنفاق في دولة المصدر كما في 2017
- تحولت إلى وجهة: مطابقة زيارات المصدر إلى الوجهات لعام 2030 بناء على مطابقة حجم المصدر/الوجهة لعام 2017 من شركة يورومونيتور



قيمة السوق المقدرة (دولار أمريكي) في 2030

- القيمة المقدرة لعام 2030 لكل وجهة بناء على بيانات عام 2029 من المجلس الدولي للسياحة والسفر ومعدل النمو السنوي المركب للأعوام 2024-2029
- تقدير النمو في قيمة أغراض السفر بناء على التقارير المختصة بأغراض السفر
- توزيع قيمة الغرض من السفر على الوجهات باستخدام نفس الوسائل ذات صلة
- حساب متوسط الإنفاق لكل وجهة في 2030 بناء على توقعات الزيارات في 2030 وحساب القيمة في فئات المرافق الفخمة، والمتوسطة، والمنخفضة التكلفة – *وكذلك الزيارات حسب الغرض من السفر*
- تحولت إلى مصدر: اعتماد مطابقة قيمة الوجهة/المصدر لعام 2017 من شركة يورومونيتور

أغراض السفر

من المتوقع أن تمثّل أغراض السفر التالية: الاستمتاع بالشمس والبحر، والثقافة والتراث، والمغامرة، نصف الإنفاق العالمي على الترفيه وزيارة الأقارب والأصدقاء في عام 2030

سوق السياحة العالمي للترفيه وزيارة الأقارب والأصدقاء

2.1 مليار دولار
معدل النمو السنوي المركب +6%
في الأعوام 2030-2017

53% من الإنفاق على الترفيه

الغرض	القيمة	النمو
الاستمتاع بالشمس والبحر	473 مليون	%4+
الثقافة والتراث	330 مليون	%6+
المغامرة	301 مليون	%9+
الصحة	207 مليون	%7+
التسوق	166 مليون	%7+
الترفيه	141 مليون	%4+
تجربة المأكولات	123 مليون	%9+
الرياضة	51 مليون	%4+
الجولات البحرية	24 مليون	%6+
زيارة الأصدقاء والأقارب	280 مليون	%4+

ملاحظة: تتضمن جميع الأرقام أعلاه الترفيه وزيارات الأقارب والأصدقاء
المصدر: يورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق

الإجراءات ضمن استراتيجية 2030

- التركيز على الاستمتاع بالشمس والبحر، والثقافة والتراث، والمغامرة
- تمثّل الصحة والرفاه، والتسوق، والترفيه وتجربة المأكولات فرصاً إضافية للمملكة



من المتوقع أن تشكّل الفئات الثلاث، أي الاستمتاع بالشمس والبحر، والثقافة، والمغامرة، نصف الإنفاق على الترفيه في عام 2030

	الاستمتاع بالشمس والبحر	الثقافة والتراث	المغامرة	الصحة والرفاه	التسوق	الترفيه	تجربة المأكولات	الرياضة	الجولات البحرية	زيارة الأصدقاء والأقارب	الإجمالي
الفخمة	213 %4.0	148 %6.4	130 %8.9	94 %6.7	74 %7.3	64 %4.6	56 %9.3	23 %4.1	11 %6.0	280 (% 3.9)	937 %45 من الإجمالي
المتوسطة	168 %3.8	120 %6.0	111 %8.9	75 %6.3	60 %6.9	53 %3.8	43 %8.8	19 %3.6	8 %5.3		756 %36 من الإجمالي
المنخفضة التكلفة	93 %3.6	62 %6.1	60 %9.5	39 %6.5	31 %6.9	25 %4.4	24 %8.6	9 %4.0	5 %5.5		404 %19 من الإجمالي
الإجمالي	473 %23 من الإجمالي	330 %16 من الإجمالي	301 %14 من الإجمالي	207 %10 من الإجمالي	166 %8 من الإجمالي	141 %7 من الإجمالي	123 %6 من الإجمالي	51 %2 من الإجمالي	24 %1 من الإجمالي	280 %13 من الإجمالي	2,097

x = الإنفاق العالمي المقدر على السياحة بالمليار دولار في عام 2030 (يشمل الإقامة والطعام والمشروبات والترفيه والنقل المحلي والتسوق)

X% = معدل النمو السنوي المركب للإنفاق المقدر على السياحة العالمية من 2017 إلى 2030

تمثل أسواق الأولوية 1 53% من الإنفاق على الترفيه

أغراض السفر

تحتل أبرز الوجهات العالمية مراتب عالية على مستوى جميع أغراض السفر

أبرز 10 وجهات عالمية لعام 2030 حسب الزيارات	الاستمتاع بالشمس والبحر	الثقافة التراث	المغامرة	الصحة والرفاه	التسوق	الترفيه	تجربة المأكولات	الرياضة	الجولات البحرية
فرنسا	6	3	8	3	5	4	1	6	5
الولايات المتحدة	10	2	1	4	4	2	5	1	7
إسبانيا	2	4	7	7	2	6	2	10	1
الصين	19	1	10	5	3	3	15	3	4
إيطاليا	8	7	3	16	10	14	3	13	2
تايلاند	1	73	17	15	11	16	18	84	74
هونغ كونغ	11	107	6	6	1	5	8	51	22
المكسيك	3	13	5	18	22	21	29	28	6
اليابان	21	23	13	1	13	9	4	8	59
المملكة المتحدة	76	5	14	8	7	7	6	2	10

تصنيف الوجهات من أعلى إلى أدنى X



المصدر: شركة يورومونيتور، وشركة أس تي أر لتحليل البيانات، منظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق

الإجراءات المتخذة لتحقيق الاستراتيجية

يجب على المملكة الاستفادة من تنوع مواقعها الطبيعية والتراثية لتلبية المجموعة الكاملة من أغراض السفر



الوجهات: سيكون لكل غرض من أغراض السفر مسؤوله الخاص

أفضل 10 وجهات لكل غرض سفر، حسب زيارات المبيت الدولية السنوية في عام 2030 بالمليون

الاستمتاع بالشمس والبحر	الثقافة والتراث	المغامرة	الصحة والرفاه	التسوق	الترفيه	تجربة المأكولات	الرياضة	الجولات البحرية
37	34	19	18	11	12	18	3	2
24	17	15	10	10	12	7	2	2
18	12	15	9	7	7	7	2	2
16	9	14	9	7	5	6	2	2
16	8	12	7	6	4	4	2	1
14	8	9	7	5	4	4	2	1
12	8	9	6	5	3	4	1	1
12	5	8	4	4	3	3	1	1
11	5	7	4	4	2	3	1	1
10	5	7	4	3	2	2	1	0



اتجاهات الأسواق العالمية
طموحات المملكة لعام 2030
تقييم المملكة كوجهة سياحية
خارطة الطريق الاستراتيجية لعام 2030
فئات الإنفاق
سيمثّل الإنفاق على المرافق الفخمة والمتوسطة نحو 80% من الإنفاق العالمي في عام 2030، بينما يمثّل الإنفاق على المرافق المنخفضة التكلفة ثلث الزيارات العالمية
الحصة من الإنفاق العالمي
الحصة من الزيارات العالمية
المرافق الفخمة
%45
%25
المرافق المتوسطة
%36
%43
المرافق المنخفضة التكلفة
%19
%33
%80+ من الإنفاق
%30+ من الزيارات
الإجراءات المتخذة لتحقيق استراتيجية 2030
بدء تصميم السمعة والمنتجات للمرافق الفخمة
الدخول تدريجياً إلى سوق المرافق المتوسطة والمنخفضة التكلفة لتحقيق طموحات قطاع السياحة
المصدر: يورومونيتور، وأس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق
16



فئات الإنفاق

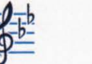
تشكل زيارات المبيت في المرافق المنخفضة التكلفة ثلث الالزيارات لغرض الترفيهية العالمية في عام 2030

	الاستمتاع بالشمس والبحر	الثقافة والتراث	المغامرة	الصحة والرفاه	التسوق	الترفيه	تجربة المأكولات	الرياضة	الجولات البحرية	زيارة الأصدقاء والأقارب	الإجمالي
الفخمة	80 %0.5	64 %2.3	52 %6.1	38 %3.7	31 %4.4	24 %2.4	23 %6.8	11 %1.2	4 %2.5	244 (% 1.3)	385 %25 من الإجمالي
المتوسطة	139 %0.7	110 %2.5	90 %6.5	66 %3.7	53 %4.3	41 %2.2	40 %6.6	19 %1.2	7 %2.4		670 %43 من الإجمالي
المنخفضة التكلفة	107 %0.2	83 %2.6	68 %6.5	50 %3.6	41 %4.2	31 %2.3	32 %5.7	14 %1.7	6 %1.6		511 %33 من الإجمالي
الإجمالي	326 %21 من الإجمالي	256 %16 من الإجمالي	210 %13 من الإجمالي	154 %10 من الإجمالي	124 %8 من الإجمالي	96 %6 من الإجمالي	96 %6 من الإجمالي	43 %3 من الإجمالي	17 %1 من الإجمالي	244 %13 من الإجمالي	1,566









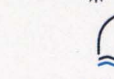












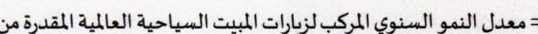
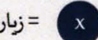



x = زيارات المبيت السياحية العالمية المقدرة في 2030 بالمليون

%X = معدل النمو السنوي المركب لزيارات المبيت السياحية العالمية المقدرة من 2017 إلى 2030

تمثل أسواق الأولوية (1) %50 من الزيارات لغرض الترفيه




فئات الإنفاق

تعتمد أبرز الوجهات بشدة على زيارات المبيت في المرافق المنخفضة التكلفة والتي تشكّل ثلث زياراتها



أفضل 15 وجهة، حسب زيارات المبيت الدولية سنوياً في عام 2030 بالمليون

	فرنسا	الولايات المتحدة	إسبانيا	الصين	إيطاليا	تايلاند	هونغ كونغ	المكسيك	اليابان	المملكة المتحدة	ألمانيا	تركيا	ماليزيا	النمسا	اليونان	العالم
إجمالي الزيارات بالمليون	91	87	84	75	59	54	50	45	45	43	39	36	34	30	30	1,566
حصّة زيارات المبيت في المرافق المنخفضة التكلفة	35%	31%	34%	32%	33%	33%	32%	28%	32%	33%	33%	32%	35%	34%	31%	33%
زيارات المبيت في المرافق المنخفضة التكلفة بالمليون	32	27	29	24	20	18	16	13	14	14	13	11	12	10	9	511

33% Ø

دول المصدر

ستظل بضع دول المصدر المحرّك الرئيسي للسياحة العالمية في عام 2030 – مع تصدر الولايات المتحدة الأمريكية والصين نسب نمو الإنفاق

أبرز 15 دولة مصدر حسب زيارات السياحة والترفيه وزيارة الأقارب والأصدقاء في عام 2030

الزيارات	عدد الزيارات لعام 2030 بالمليون	التغير مقارنة بعام 2017
1. الصين	176	108
2. الولايات المتحدة الأمريكية	125	27
3. ألمانيا	101	8
4. المملكة المتحدة	86	8
5. كوريا الجنوبية	56	30
6. فرنسا	54	5
7. هونغ كونغ	40	9
8. كندا	32	(1)
9. روسيا	30	(3)
10. الهند	30	19
11. إيطاليا	28	(0)
12. بولندا	27	10
13. المكسيك	27	8
14. إسبانيا	26	4
15. هولندا	25	1
العالم	1,566	443

12 دولة تمثل 50% من الزيارات

أبرز 15 دولة مصدر حسب الإنفاق على السياحة والترفيه وزيارة الأقارب والأصدقاء في عام 2030[1]

الإنفاق	مليار دولار أمريكي في 2030	التغير مقارنة بعام 2017
1. الولايات المتحدة الأمريكية	232	119
2. الصين	226	110
3. ألمانيا	144	70
4. المملكة المتحدة	131	64
5. كوريا الجنوبية	70	34
6. أستراليا	67	34
7. فرنسا	62	31
8. روسيا	59	34
9. كندا	55	24
10. هونغ كونغ	51	36
11. اليابان	51	25
12. هولندا	43	21
13. تايوان	42	27
14. إسبانيا	39	19
15. سنغافورة	35	19
العالم	2,097	1,062

9 دول تمثل 50% من الإنفاق

1. باستثناء المملكة العربية السعودية التي حلت في المرتبة 15 بإنفاق قدره 39 مليار دولار

ملاحظة: يشمل الإنفاق على السياحة إنفاق السياح على الإقامة والطعام والمشروبات والترفيه والنقل المحلي والتسوق؛ أسعار حقيقية

المصدر: يورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق

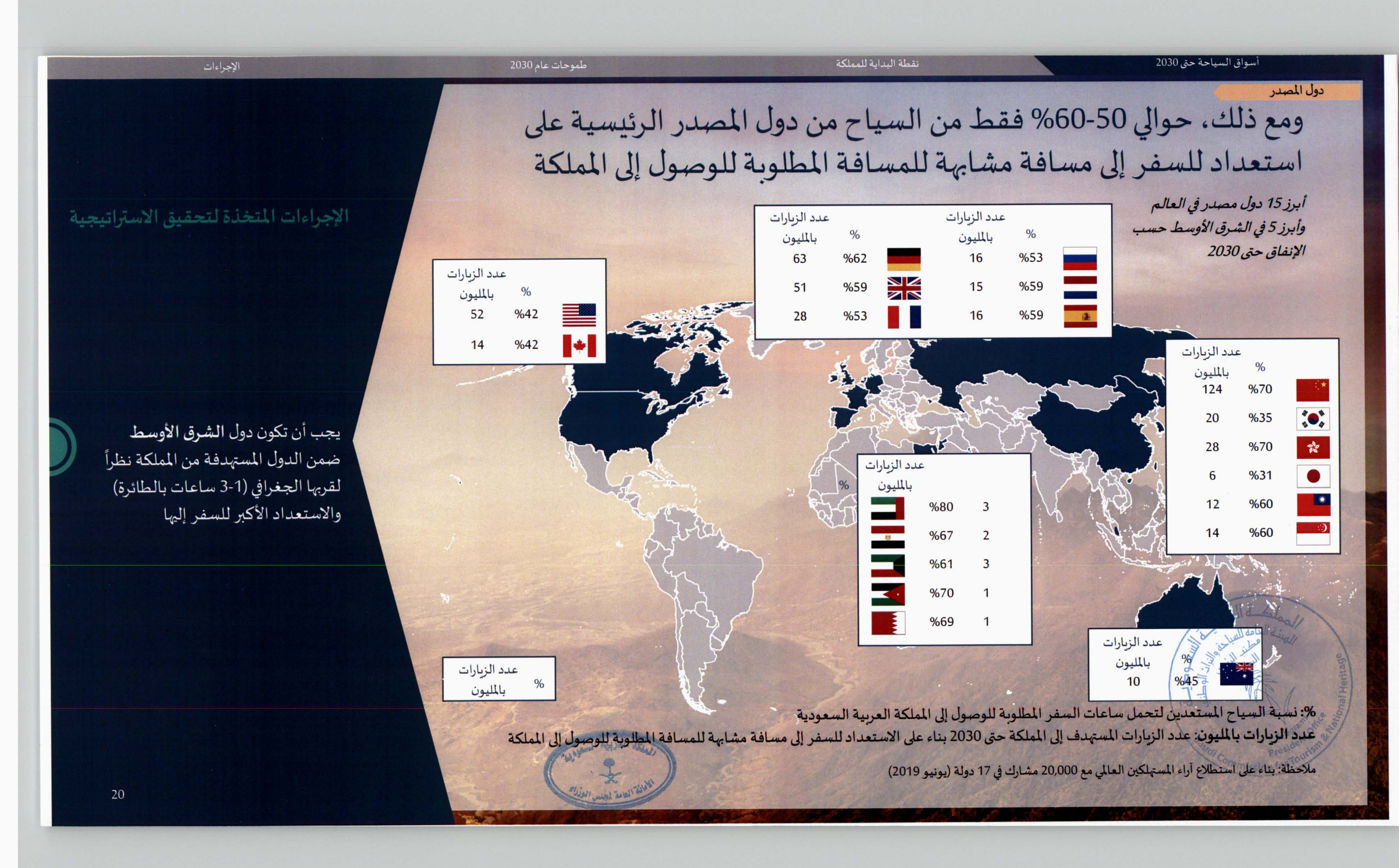
الإجراءات المتخذة لتحقيق استراتيجية 2030

يمكن أن تحظى المملكة بنصف الإنفاق العالمي على السياحة عبر استهداف **تسع دول مصدر رئيسية**

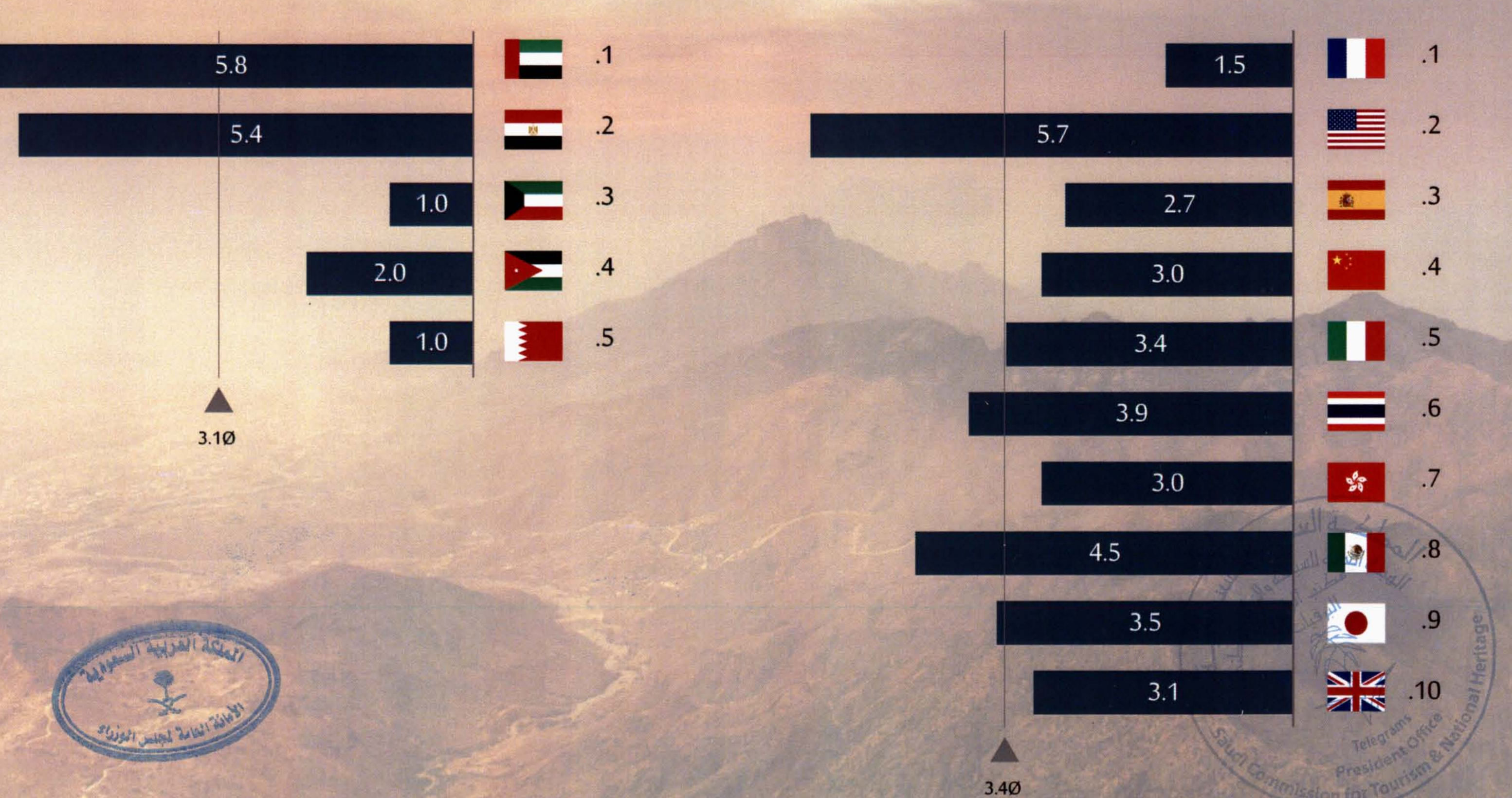
إن التزايد في زيارات الصادرة من **الصين** بواقع 108 مليون زيارة وفي الإنفاق بواقع 110 مليار دولار مقارنةً بما هو عليه اليوم يجعلها هدفاً استراتيجياً بالنسبة للمملكة

نظراً لحجم ومتوسط الإنفاق الكبيرين **للولايات المتحدة** (1,850 دولار/زيارة صادرة)، من الطبيعي أن تكون هدفاً للمملكة

تمثل **ألمانيا والمملكة المتحدة وكوريا الجنوبية** أسواقاً إضافية يمكن للمملكة استهدافها


دول المصدر
ومع ذلك، حوالي 50-60% فقط من السياح من دول المصدر الرئيسية على استعداد للسفر إلى مسافة مشابهة للمسافة المطلوبة للوصول إلى المملكة
أبرز 15 دول مصدر في العالم وأبرز 5 في الشرق الأوسط حسب الإنفاق حتى 2030
عدد الزيارات بالمليون %
52 %42
14 %42
عدد الزيارات بالمليون %
63 %62
51 %59
28 %53
16 %53
15 %59
16 %59
عدد الزيارات بالمليون %
124 %70
20 %35
28 %70
6 %31
12 %60
14 %60
عدد الزيارات بالمليون %
%80 3
%67 2
%61 3
%70 1
%69 1
عدد الزيارات بالمليون %
10 %45
عدد الزيارات بالمليون %
الإجراءات المتخذة لتحقيق الاستراتيجية
يجب أن تكون دول الشرق الأوسط ضمن الدول المستهدفة من المملكة نظراً لقربها الجغرافي (1-3 ساعات بالطائرة) والاستعداد الأكبر للسفر إليها
%: نسبة السياح المستعدين لتحمل ساعات السفر المطلوبة للوصول إلى المملكة العربية السعودية
عدد الزيارات بالمليون: عدد الزيارات المستهدف إلى المملكة حتى 2030 بناء على الاستعداد للسفر إلى مسافة مشابهة للمسافة المطلوبة للوصول إلى المملكة
ملاحظة: بناء على استطلاع آراء المستهلكين العالمي مع 20,000 مشارك في 17 دولة (يونيو 2019)

تستقطب أبرز الوجهات العالمية الزيارات بشكل أساسي من الدول التي تقع على بعد 4 ساعات بالطائرة



ملاحظة: تُعرف دول المصدر الرئيسية على أنها البلدان التي تمثل مجتمعة نحو 50% من إجمالي الزيارات الواردة؛ ويحتسب زمن الرحلة إستناداً إلى معيار المسافة بين العواصم (متوسط الولايات المتحدة بين لوس أنجلوس ونيويورك، ومعدل الصين بين بكين وشانغهاي)

الإجراءات المتخذة لتحقيق الاستراتيجية

تمكنت أبرز الوجهات في **الشرق الأوسط** - الإمارات العربية المتحدة ومصر - من جذب السياح من **خارج الدول المجاورة لها** - وهو عامل نجاح مهم للمملكة



دول المصدر

في عام 2030، سيستمر السياح بالقدوم من دول المصدر التقليدية، وفي مقدمتها الصين ثم الهند

أبرز 15 دولة مصدر، حسب زيارات المبيت الدولية سنوياً بالمليون

2017		2030		المرتبة	التغير في الزيارات بالمليون
الولايات المتحدة الأمريكية	98	الصين	176	▲	108
ألمانيا	93	الولايات المتحدة الأمريكية	125	▼	27
المملكة المتحدة	78	ألمانيا	101	▼	8
الصين	69	المملكة المتحدة	86	▼	8
فرنسا	49	كوريا الجنوبية	56	▲	30
روسيا	33	فرنسا	54	▼	5
كندا	33	هونغ كونغ، الصين	40	▲	9
هونغ كونغ، الصين	31	كندا	32	▼	(1)
إيطاليا	28	روسيا	30	▼	(3)
كوريا الجنوبية	26	الهند	30	▲	19
هولندا	25	إيطاليا	28	▼	(0)
بلجيكا	23	بولندا	27	▲	10
إسبانيا	22	المكسيك	27	▲	8
اليابان	21	إسبانيا	26	▼	4
سويسرا	20	هولندا	25	▼	1
العالم	**1,123**	**العالم**	**1,566**		**443**

الصين: %8+ — الهند: %8+ — العالم: %3+

% معدل النمو السنوي المركب من عام 2017 إلى 2030



دول المصدر

سيكون عدد الزيارات من أستراليا واليابان وتايوان أقل ولكن الإنفاق المتأتي منها سيكون أعلى من المتوسط العالمي بمقدار مرتين ونصف

أبرز 15 دولة مصدر حسب الزيارات لغرض الترفيه في عام 2030

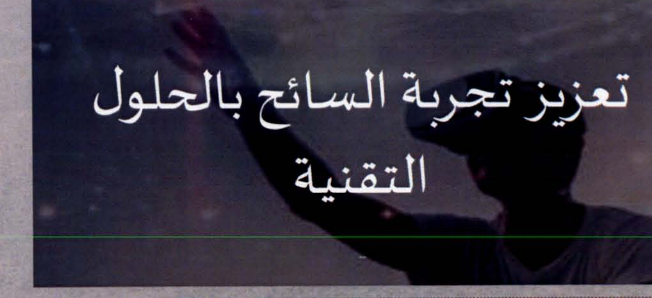
عدد زيارات المبيت الدولية سنوياً حتى 2030 بالمليون	
الصين	176
الولايات المتحدة الأمريكية	125
ألمانيا	101
المملكة المتحدة	86
كوريا الجنوبية	56
فرنسا	54
هونغ كونغ، الصين	40
كندا	32
روسيا	30
الهند	30
إيطاليا	28
بولندا	27
المكسيك	27
إسبانيا	26
هولندا	25
العالم	**1,566**

أبرز 15 دولة مصدر حسب الإنفاق على الترفيه[2] في عام 2030

2030		المرتبة	متوسط الإنفاق بالدولار[1]	
الولايات المتحدة الأمريكية	232	▲	1850	
الصين	226	▼	1,282	
ألمانيا	144	=	1,422	
المملكة المتحدة	131	=	1,515	
كوريا الجنوبية	70	=	1,251	
أستراليا	67	▲	3,120	2.5x
فرنسا	62	▼	1.162	
روسيا	59	▲	1,983	
كندا	55	▼	1,714	
هونغ كونغ، الصين	51	▼	1,293	
اليابان	51	▲	2,772	2.0x
هولندا	43	▲	1,707	
تايوان	42	▲	2,073	1.5x
إسبانيا	39	▲	1,485	
سنغافورة	35	▼	1,520	
العالم	**2,097**		**1,338**	

1. متوسط الإنفاق لكل رحلة بالدولار الأمريكي؛ 2. أبرز 15 دولة مصدر حسب الإنفاق على السياحة في عام 2030 باستثناء المملكة العربية السعودية في المرتبة 13 عند 39 مليار دولار ، بمتوسط إنفاق 1,829 مليار دولار
ملاحظة: يشمل الإنفاق على السياحة إنفاق السياح على الإقامة والطعام والمشروبات والترفيه والنقل المحلي والتسوق؛ جميع الأرقام بأسعار حقيقية
المصدر: يورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق

ثمة ثلاثة اتجاهات استهلاكية تُحدِث تطوراً جذرياً في قطاع السياحة

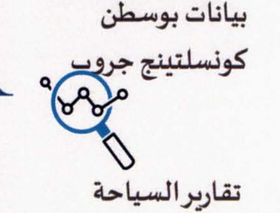
الاتجاهات	التعريف	حالات الاستخدام
	*تقليل حالات التوتر والمخاوف أثناء السفر (مثلاً عدم الانتظار في الصف في المطارات)*	أنفاق مزودة بتقنية التعرف على الوجه لتقليل وقت الانتظار لإتمام إجراءات التخليص الأمني في المطارات إجراءات مغادرة آلية بالكامل (مثل إجراءات التفتيش) تُقلّل أوقات الانتظار قبل الصعود إلى الطائرة وثائق هوية رقمية للمسافرين وتحقق رقمي لتسريع عمليات التفتيش الأمني
	*الارتقاء بتجربة السائح إلى المستوى التالي (مثل الترفيه القائم على الواقع الافتراضي)*	تجربة الواقع الافتراضي التي تتيح استكشاف الأحداث الرئيسية عن ماضي المدينة، ما يجعل الأحداث التاريخية تفاعلية تطبيق الواقع الافتراضي الذي قد يستخدمه السياح لاستكشاف المدينة، ما يعزز حماس الزوار قبل السفر برنامج الواقع الافتراضي الذي ينقلك عبر البيئات الطبيعية لتزويدك بلمحة عنها قبل السفر
	*اختيار الرحلات مع إدراك أثرها*	خطة للحد من الأثر البيئي للسياحة من خلال تحييد الكربون وتقليل استهلاك المياه والنفايات برنامج لاستخدام الأرباح المتأتية من السياحة لإحداث التغيير في المجتمعات المحلية وتعزيز التفاهم بين الثقافات والتنمية المحلية





المنهجية: استخدمنا عدة مصادر لتحديد اتجاهات السياحة الرئيسية وتقييمها وفق معيارين

الخطوة الأولى: تحديد 14 اتجاهاً سياحياً باستخدام عدد من مصادر البيانات



بيانات بوسطن كونسلتينج جروب

- تحليلات الاتجاهات الكبرى العالمية
- الخبرة في مجال السياحة العالمية









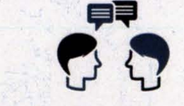


تقارير السياحة

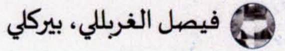
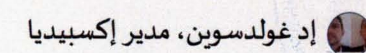


قمة مجموعة العشرين

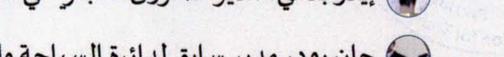
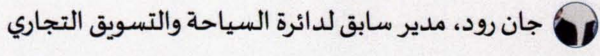
- المناقشات مع رواد السياحة العالمية في اجتماعات كبار المسؤولين



المقابلات مع الخبراء

- فيصل الغربللي، بيركلي
- جستن ووتريدج، مدير مفوّض في ستبس ترافل
- إد غولدسوين، مدير إكسبيديا
- إيدو بداني، مدير الشؤون التجارية في مابل سيرب ميديا
- جان رود، مدير سابق لدائرة السياحة والتسويق التجاري



الخطوة الثانية: تقييم 14 اتجاهاً وفق معيارين

المعيار الأول: الأثر المحتمل على السياحة العالمية






المعيار الثاني: مستوى اعتماد التغيرات السلوكية



الخطوة الثالثة: الاتجاهات الثلاثة ذات الأولوية

المعايير المستخدمة:

- اتجاهات المرحلة المبكرة
- إمكانات السياحة الكبيرة

3
اتجاهات ذات أولوية



الاتجاهات: 14 اتجاهاً يغيّر طريقة سفر السياح

مستوى اعتماد التغيرات السلوكية من قبل السياح

الاتجاهات الناشئة

السفر الميسّر



تعزيز تجربة السائح بالحلول التقنية



الرحلات المستدامة



التقاء الآخرين في الموقع

الانقطاع عن مشاغل الحياة والتقرب من الطبيعة

مستوى متزايد من الاعتماد

إمكانية الاستخدام دون الحاجة إلى الشراء

الترويج للجودة المتفوقة والمزايا الحصرية للعلامة التجارية

تخطيط الرحلة من سوق واحد

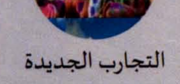


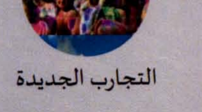
معتمد إلى حد كبير



التجارب الجديدة

التخصيص حسب الاحتياجات الفردية



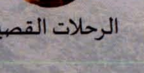






الرحلات القصيرة

الحصول على التوصيات





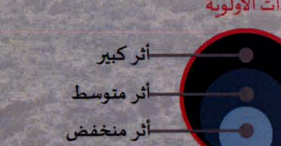




الأصالة



مشاركة السفر مع المجتمع





الاتجاهات: عرض تفصيلي حول تقييم الاعتماد والأثر (1)

الاتجاهات الفريدة (السفر الميسّر، تعزيز تجربة السائح بالحلول التقنية، الرحلات المستدامة)

الاتجاه	الاعتماد	المبررات المختارة	الأثر	المبررات المختارة
السفر الميسّر	منخفض	• يصعب تنفيذ الحلول بسبب المخاوف المتعلقة بخصوصية البيانات ومشاركة البيانات وأمن السفر، ما يتطلب مستوى عال من التنسيق بين الجهات المعنية بالقطاع	مرتفع	• تخطط 59% من المطارات و63% من شركات الطيران لتنفيذ بوابات الصعود الذاتي إلى الطائرات باستخدام المقاييس الحيوية مع وثائق الهوية على مدى السنوات الثلاثة المقبلة لتيسير سفر عملائهم
تعزيز تجربة السائح بالحلول التقنية	منخفض	• تشهد الدورات الضخمة التي تزيد قيمتها عن 100 مليون دولار نمواً متزايداً في قطاع تقنيات السفر، وقد بدأت الأموال في الانتقال من الجولات الأولية إلى جولات المرحلة الأخيرة	مرتفع	• يمكن للواقع الافتراضي أن يغري العملاء لزيارة مواقع جديدة ويتيح تجربة بصرية جديدة تماماً ومن المتوقع أن ينمو سوق الواقع الافتراضي من 6 إلى 198 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2025
الرحلات المستدامة	منخفض	• تُعدّ الاستدامة أحد المواضيع الرئيسية التي تم تناولها في قمة مجموعة العشرين في أوساكا، ولكن لا توجد دولة تتعامل مع السياحة المستدامة بصورة شاملة حتى الآن	مرتفع	• يفضّل نحو 50% من المسافرين عدم الذهاب إلى الوجهة إذا شعروا أن ذلك سيؤثر سلباً على البيئة أو الأفراد الذين يعيشون هناك
إمكانية الاستخدام دون الحاجة إلى الشراء	متوسط	• يفضل 44% من جيل الألفية استخدام الإيجارات أثناء الإجازة مثل AirBnB • يفيد موقع Booking.com بأن 28% من خيارات السكن المتاحة هي من فئة السكن "البديل، المشترك"	مرتفع	• من المتوقع أن يصل سوق الاقتصاد التشاركي، والذي بلغت قيمته السوقية 15 مليار دولار في عام 2014، إلى 335 مليار دولار بحلول عام 2025، مع وصول السائقين الذين يتشاركون التوصيل إلى 8.6 مليون دولار
الترويج للجودة المتفوقة والمزايا الحصرية للعلامة التجارية	متوسط	• يرغب العملاء بمزيد من الخدمات التي يمكن أن تشعرهم بحالة أفضل: أكثر صحةً وتفرداً وإنتاجية (60% من المسافرين من جيل الألفية اختار شراء الواي فاي في الطائرة)	مرتفع	• حققت الخدمات المتميزة مثل الواي فاي على متن الطائرة إيرادات إضافية بقيمة مليار دولار لشركات الطيران في عام 2018 ومن المتوقع أن تنمو إلى 30 مليار دولار
الحصول على التوصيات	مرتفع	• يستخدم 70% من جيل الألفية الفيسبوك كإلهام للسفر • يأخذ 70% من جيل الألفية توصيات أصدقائهم بالاعتبار	مرتفع	• 72% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي مستعدون لتغيير وجهتهم إذا كان رأي أصدقائهم سلبياً و68% مستعدّون لدفع 15% أكثر لنفس الخدمة إذا كان تقييمها مرتفعاً
التجارب الجديدة	مرتفع	• يرغب 94% من جيل الألفية بتجارب جديدة عند السفر لأنهم يريدون التميّز وتجربة شيء فريد	مرتفع	• زاد المشغّلون التجارب المتاحة على موقع TripAdvisor بنسبة 50% في عام 2018 وأطلقت شركات الضيافة أو استحوذت على علامات مرموقة تقدم رحلات مبتكرة

منخفض ● متوسط ● مرتفع ●

المصدر: فكّر مع غوغل؛ وشركة إبيلسون للتسويق؛ وشركة إبسوس للبحوث العالمية والتسويق؛ وواكس؛ ومنصة ستاتيستا للبيانات ؛ والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



الاتجاهات: عرض تفصيلي حول تقييم الاعتماد والأثر (2)

الاتجاه	الاعتماد	المبررات المختارة	الأثر	المبررات المختارة
التخصيص حسب الاحتياجات الفردية	مرتفع	• يبحث 87% من السياح عن الشركات التي تقدم تجارب مخصصة، ويبدي 73% منهم استعداداً لتجاوز ميزانيتهم للحصول على تجربة فريدة عند السفر	مرتفع	• يجب الاستعانة بالبيانات والقدرات الرقمية في تخصيص الخدمات المتاحة إذ يعتزم 66% من المستهلكين تغيير مزّود الخدمة الخاص بهم في حال عدم تخصيص الخدمات
الرحلات القصيرة	مرتفع	• يرغب 53% من المسافرين حول العالم بالمزيد من رحلات في نهاية الأسبوع في عام 2019، وقد أصبح ذلك ممكناً جرّاء التحسينات في طرق رحلات الطيران وأسعارها بالإضافة إلى النقل والإقامة عند الطلب	متوسط	• ثمة حاجة إلى تغييرات مستمرة في أنواع الرحلات والإقامة لتلبية الطلب على الرحلات القصيرة • تستهدف VisitBritain الرحلات القصيرة لتحقيق 62 مليون جنيه استرليني في عام 2020
مشاركة السفر مع المجتمع	مرتفع	• ينشر 97% من جيل الألفية تجاربهم على وسائل التواصل الاجتماعي أثناء السفر ويدعي 33% منهم أن نشر الصور على وسائل التواصل الاجتماعي لا يقل أهمية عن الرحلة نفسها	متوسط	• يجب أن توفر الوجهات إمكانية الاتصال بالإنترنت بجودة عالية وأسعار معقولة نظراً لأن 29% من جيل الألفية سيرفض الوجهة في حال عدم القدرة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
الأصالة	مرتفع	• يرغب 66% من جيل الألفية بإجازات أصيلة • يختار 50% من جيل الألفية وجهة لتجربة الثقافة المحلية	متوسط	• تتطلب الأصالة تطوير المواقع التي لم تمسها يد الإنسان، والمجتمعات المحلية، والمواهب المحلية إذ يرغب السياح بعيش التجربة بدلاً من مجرد زيارة الوجهة
تخطيط الرحلة من سوق واحد	متوسط	• يفضل 57% من المسافرين حجز جميع الرحلات من منصة واحدة، وعلى الهواتف المحمولة بشكل متزايد (40% من إجمالي مبيعات السفر الرقمية في عام 2017)	منخفض	• يتجنب 13% فقط من المستخدمين الحجز لأن العملية معقدة، ويمكن معالجة ذلك من خلال تحسين الانتشار الرقمي لمقدمي الخدمات
التقاء الآخرين في الموقع	منخفض	• يسافر فقط 15% من المسافرين بمفردهم بهدف مقابلة أفراد آخرين في المكان المقصود، ولكن 60% منهم يدعون أن قطاع السفر لا يلبي احتياجات المسافرين المنفردين	منخفض	• وحدهم المسافرون المنفردون يطلبون تغييرات في الإقامة والأسعار (مثل عدم تطبيق "تكملة منفردة" للغرف القياسية)
الانقطاع عن مشاغل الحياة والتقرّب من الطبيعة	منخفض	• معظم السياح لا يحبّذون الابتعاد عن وسائل التواصل الاجتماعي أثناء السفر (على سبيل المثال، يتفقّد المسافرون هواتفهم في المتوسط 80 مرة خلال اليوم أثناء السفر)	منخفض	• عدد قليل من المشغلين فقط يعير أهمية لهذا الاتجاه لأن أكثر من ثلثي العملاء يعتمدون على التطبيقات أثناء السفر

مرتفع • متوسط • منخفض

المصدر: التفكير مع غوغل؛ وإبيلسون؛ وإبسوس؛ ووكس؛ وستاتيستا؛ والمقابلات مع الخبراء، وهوسبيتاليتي إنسايتس؛ وترافل شيفت؛ وتحليلات الفريق

بدأت عدة وجهات بالنظر في الاتجاهات الثلاثة...

الوجهات التي تطبّق الاتجاه المحدد بأعلى مستوى



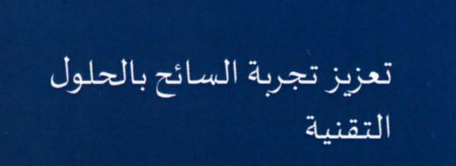
السفر الميسّر

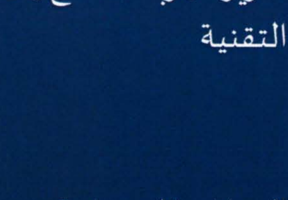




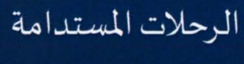



تعزيز تجربة السائح بالحلول التقنية





الرحلات المستدامة


...لكن دون اعتماد طريقة منسّقة



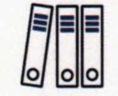

يمكن للمملكة أن تميّز نفسها عن طريق اعتماد الاتجاهات الثلاثة بطريقة منسقة - من خلال خمسة مقومات
الأنظمة
سن الأنظمة لدعم التغيير
التمويل
توفير التمويل العام لتعزيز التنمية
التنسيق
تنسيق الجهود بين الجهات المعنية لضمان المواءمة
الشراكات
إقامة الشراكات مع الجهات الفاعلة من القطاع الخاص لتحفيز الاعتماد
الترويج
بناء صورة العلامة حول الاتجاهات ذات الأولوية وتضمين الجهود في الحملات الترويجية



المقومات الحكومية لتيسير السفر



المقومات المختارة



الأنظمة

ضمان سماح الإطار التنظيمي بتيسير نقل البيانات (مثلاً، سياسة الخصوصية)



التمويل

تمويل الاستثمار الرأسمالي في البنية التحتية للتقنيات الجديدة (مثلاً، المطارات وخيارات التنقل البري وأنظمة الدفع)



التنسيق

التعاون مع الوكالات الحكومية الرئيسية (مثل وزارة النقل) والمطارات والفنادق لتيسير التجربة السياحية

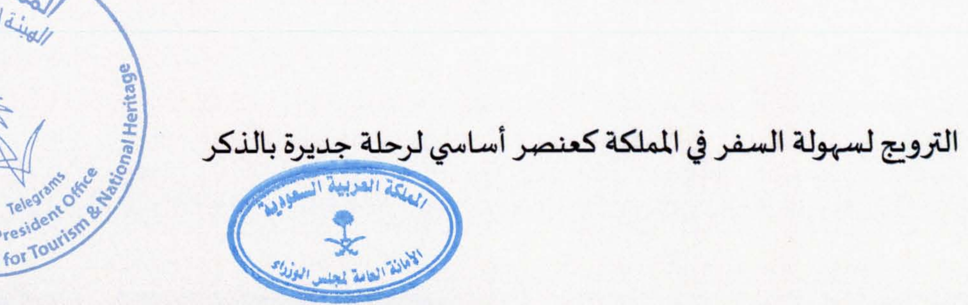
الشراكة

عقد شراكة مع المطارات وشركات الطيران والفنادق للمشاركة في تطوير حلول لتيسير الرحلات



الترويج

الترويج لسهولة السفر في المملكة كعنصر أساسي لرحلة جديرة بالذكر



المقومات الحكومية لتعزيز تجربة السائح بالحلول التقنية

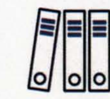
المقومات المختارة

المقوم	الوصف
الأنظمة	إنشاء بيئة تنظيمية مواتية لمطوري التقنيات (مثلاً، الحوافز الضريبية)
التمويل	الاستثمار في الشركات الناشئة لتقديم حلول تقنية جديدة في مجال السياحة
التنسيق	التنسيق مع الفنادق وشركات الطيران والمطارات لتوفير الخدمات التقنية المتقدمة
الشراكة	عقد الشراكة مع مزودي التقنيات لطرح البرامج المطلوبة
الترويج	إظهار انفتاح المملكة العربية السعودية على الحلول التقنية وجذب السياح الباحثين عن تجربة معززة






المقومات المختارة



الأنظمة: تحديد مستهدفات الاستدامة، اعتماد المؤشرات، وتوفير الحوافز المالية للجهات الفاعلة من القطاع الخاص

التمويل: الاستثمار في البرامج لدعم المجتمعات المحلية وتمويل البنية التّحتيّة المطلوبة

التنسيق: التنسيق مع الفنادق وشركات الطيران ووكالات الإنفاذ والسياح لضمان تحقيق المستهدفات

الشراكة: عقد شراكة مع الجمعيات الأهلية والمنظمات الاجتماعية لتنسيق المبادرة على المستوى المحلي



الترويج: الترويج للمملكة كوجهة تقدّم بيئة مستدامة حيث يمكن للسياح المساهمة في المجتمعات المحلية

السفر الميسّر: تقدم دبي تقنية التعرف على الوجه لتسريع التدقيق الأمني

الابتكار



تقدم دبي الأنفاق المزودة بتقنية التعرف على الوجه لتسريع الإجراءات الأمنية

الجهات المعنية



طيران الإمارات
Emirates

يحظى المشروع الجديد بتأييد مطارات دبي بالشراكة مع طيران الإمارات وقد طرحته لأول مرة في المبنى 3 من مطار دبي

المصدر: مطارات دبي؛ وطيران الإمارات؛ وتحليلات الفريق






المقومات الحكومية

التمويل

تمويل تركيب التقنيات الحديثة

التنسيق

التعاون مع المطارات وشركات الطيران في التنفيذ

الشراكة

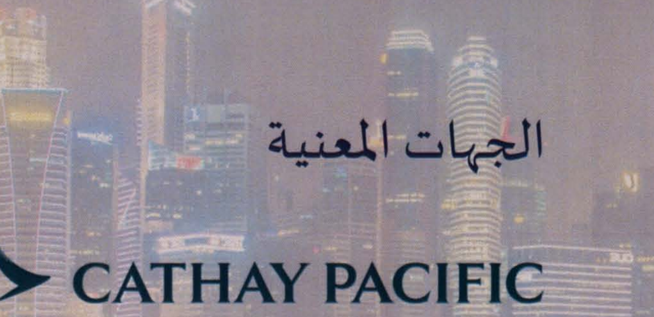
المشاركة مع مقدم الخدمة لتحفيز تطوير التقنيات






السفر الميسّر: أطلق مطار سنغافورة الرئيسي مبنى مؤتمت بالكامل في عام 2017

الابتكار



يطبق مطار تشانغي في سنغافورة عملية مغادرة آلية بالكامل (تسجيل الوصول، وفحص الأمتعة، والتدقيق الأمني، والصعود إلى الطائرة) والتي تُقلّل أوقات الانتظار قبل الصعود إلى الطائرة

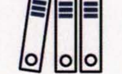
الجهات المعنية





يمثل برنامج FAST، الذي تم إطلاقه في عام 2017 في المبنى الجديد، تعاوناً بين هيئة مطار شانغي وشركة التقنيات إيديميا وشركات طيران مختلفة شريكة بما في ذلك كاثي باسيفيك للطيران

المقومات الحكومية



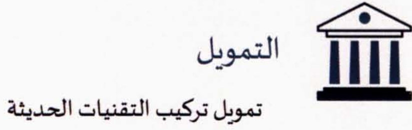
الأنظمة

وضع إطار تنظيمي للسماح بالعمليات الذاتية التشغيل




التمويل

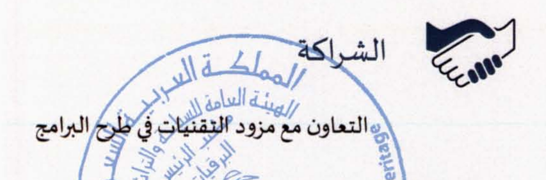
تمويل تركيب التقنيات الحديثة





الشراكة

التعاون مع مزود التقنيات في طرح البرامج







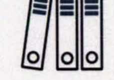

الترويج

الإعلان عن عملية المغادرة السلسة كحل مبتكر

المصدر: مطار تشانغي؛ وتحليلات الفريق



المقومات الحكومية



الأنظمة

تدوين اتفاقيات السفر الدولية ضمن سياسة

التنسيق

التنسيق مع الوكالات الأمنية لدول المصدر الرئيسية

الترويج

جذب السياح عبر حلول السفر الجديدة

السفر الميسّر: تستعد كندا وهولندا لإطلاق برنامج رائد للسفر بدون أوراق

الجهات المعنية

Government of the Netherlands

WORLD ECONOMIC FORUM



Government of Canada

ويمثل المشروع مبادرة مشتركة بين المنتدى الاقتصادي العالمي، والحكومتين الكندية والهولندية.
ومن المتوقع أن يبدأ تشغيله في عام 2020

الابتكار

تستخدم مبادرة الهوية الرقمية للمسافر Known Traveler Digital Identity وثائق هوية رقمية للمسافرين وتعتمد عملية تحقق رقمية لتسريع عمليات التدقيق الأمني

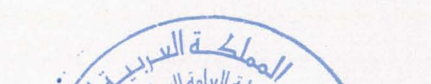
المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي؛ و الحكومة الكندية؛ والحكومة الهولندية؛ وداو جونز؛ وتحليلات الفريق





تعزيز تجربة السائح بالحلول التقنية: يحيي الواقع الافتراضي في هونغ كونغ الماضي عبر السماح للمستخدمين بعيش الفعاليات التاريخية

المقومات الحكومية



التمويل

دعم الشركات التقنية الناشئة لتطوير العروض التقنية

التنسيق

ضمان التعاون بين الجهات الفاعلة في القطاع الحكومي والخاص

الترويج

جذب السيّاح الراغبين بتجربة التقنيات الحديثة



الابتكار



تقدم هونغ كونغ للسياح تجربة الواقع الافتراضي التي تتيح لهم استكشاف الأحداث الرئيسية في ماضي المدينة، ما يجعل الأحداث التاريخية تفاعلية

الجهات المعنية

timelooper™



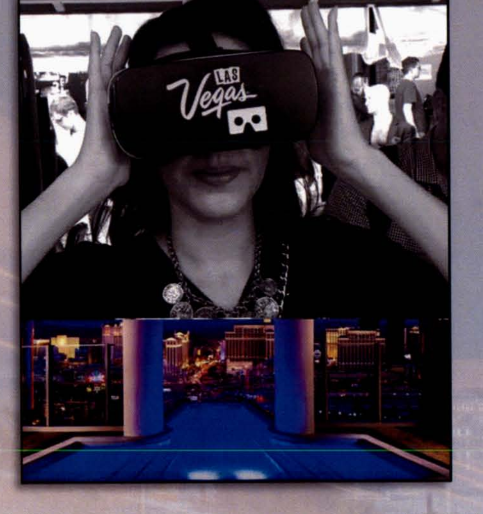


كان برنامج الواقع الافتراضي نتيجة الشراكة بين دار التصميم "Timelooper"، وسطح المراقبة 100Sky هونغ كونغ، ومجلس هونغ كونغ للسياحة

المصدر: مجلس هونغ كونغ للسياحة؛ وشركة Timelooper، وشركة 100Sky. وتحليلات الفريق

تعزيز تجربة السائح بالحلول التقنية: تستخدم مدينة لاس فيغاس الواقع الافتراضي لتزويد الزوار بالمعلومات المفيدة وتسليتهم

الابتكار



أنشأت لاس فيغاس تطبيق الواقع الافتراضي الذي قد يستخدمه السياح لاستكشاف المدينة، ما يحسن انغماس الزوار قبل اتخاذ قرار الشراء

الجهات المعنية

المشروع عبارة عن مبادرة أطلقتها هيئة لاس فيغاس للمؤتمرات والزوار بالشراكة مع الشركات المختلفة القائمة في فيغاس (الكازينوهات؛ والفنادق؛ إلخ)

المصدر: هيئة فيزيت لاس فيغاس للترويج؛ وشركة ماشابل؛ وتحليلات الفريق




المقومات الحكومية

التمويل

دعم الشركات التقنية الناشئة لتطوير الحلول التقنية

التنسيق

ضمان التعاون بين الجهات الفاعلة في القطاعين الحكومي والخاص

الترويج

الإعلان عن الوجهات عبر الواقع الافتراضي



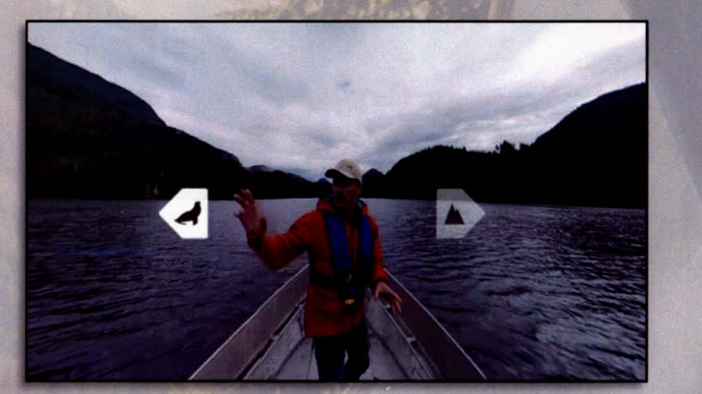

تعزيز تجربة السائح بالحلول التقنية: يعرض برنامج الواقع الافتراضي في كندا الحياة البرّيّة في كولومبيا البريطانية





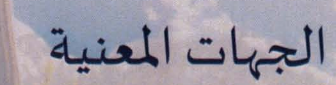
المقومات الحكومية

الابتكار



ينقلك برنامج Wild Within بتقنية الواقع الافتراضي عبر الحياة البرية لتزويدك بلمحة عن الوجهة قبل السفر

الجهات المعنية



DESTINATION BRITISH COLUMBIA™

تم تطوير البرنامج ضمن شراكة بين مجلس السياحة في كولومبيا البريطانية ومطوري الوسائط الجريئة/الغامرة



الشراكة

العمل مع شركات الواقع الافتراضي لتطوير تجربة غامرة



الترويج

الترويج للدولة على أنها دولة مبتكرة والسماح بتجربة ما قبل السفر

المصدر: دستنيشن بي سي؛ وتحليلات الفريق

الرحلات المستدامة: أطلقت كوستاريكا استراتيجية لتصبح أول وجهة سياحية خالية من الكربون

الابتكار

صاغت كوستاريكا استراتيجية الاستدامة لديها حول أربع ركائز:

- تعادل الأثر الكربوني
- خفض استهلاك المياه
- تقليل الأثر على الأرض
- تعزيز تضمين المشاركين في قطاع السياحة

الجهات المعنية





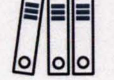
ستتطلب خطة الحد من الأثر البيئي للسياحة جهوداً مشتركة من الجهات الفاعلة من القطاعين الحكومي والخاص، بما في ذلك العديد من الوزارات وجهات تشغيل خدمات السفر

المصدر: خطة كوستاريكا للتخلص من الكربون؛ وتحليلات الفريق





المقومات الحكومية



الأنظمة

صياغة مستهدفات الاستدامة ومؤشراتها



التنسيق

مواءمة اهتمامات الجهات المعنية وتعزيز المستهدفات المتبادلة



الترويج

بناء صورة العلامة التجارية على الاستدامة

الرحلات المستدامة: توفر الهند تجربة حقيقية وتسمح بمشاركة السكان ذوي الدخل المنخفض

الابتكار



تسعى الهند إلى تقديم تجارب محلية أصيلة من خلال الجولات واستخدام أرباح السياحة لإحداث التغيير في المجتمعات المحلية وتعزيز التفاهم بين الثقافات والتنمية المحلية

الجهات المعنية



تشارك عدة جهات فاعلة في الجهود بدءاً من وزارة السياحة التي توفر معايير الاستدامة والمؤشرات المطبقة على أنشطة القطاع الخاص، والتوجيه لمؤسسات الحكومة المحلية

المصدر: وزارة السياحة، الهند؛ والمنتدى الاقتصادي العالمي؛ وتحليلات الفريق





المقومات الحكومية



الأنظمة

توفير معايير الاستدامة والتوجيه

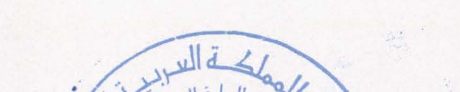


التمويل

إعادة استثمار الأرباح في تنمية المجتمعات المحلية

التنسيق

ضمان التعاون بين الجهات الفاعلة في القطاعين الحكومي والخاص



الترويج

جذب السياح الحريصين على المساهمة في التنمية المحلية





أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

- اتجاهات الأسواق العالمية
- **طموحات المملكة لعام 2030**
- تقييم المملكة كوجهة سياحية
- خارطة الطريق الاستراتيجية لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات





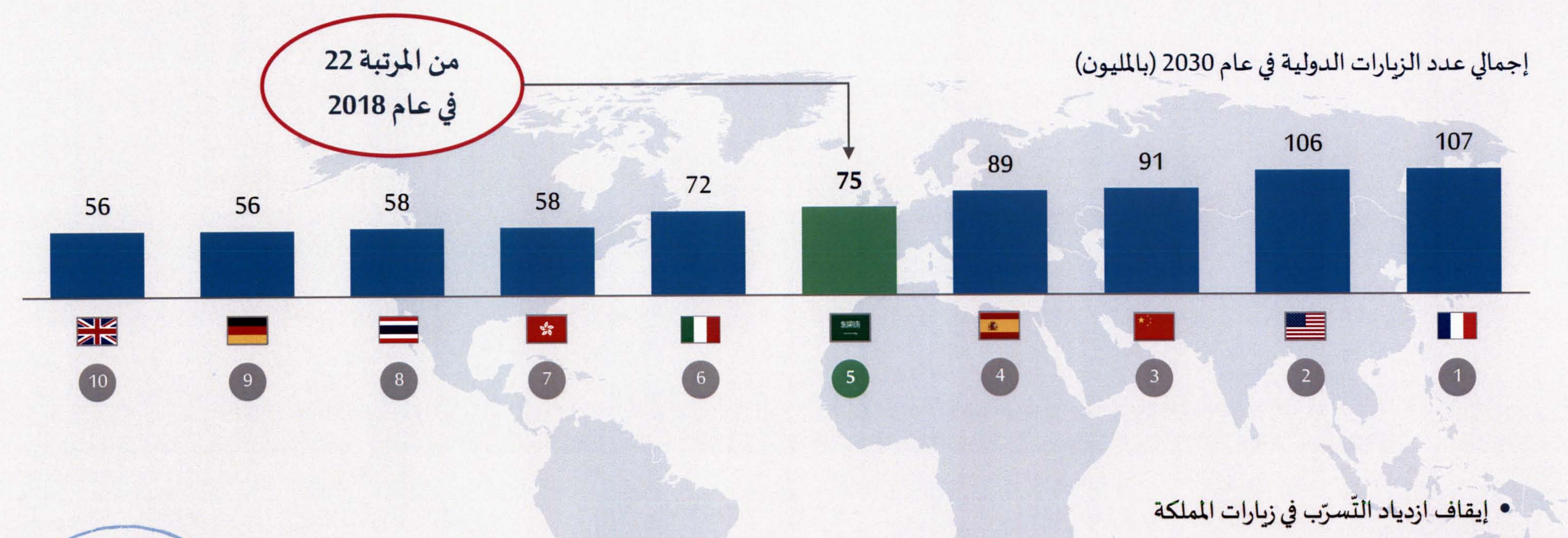
يطمح قطاع السياحة إلى تحقيق 120 مليون زيارة مبيت في عام 2030 لتصبح المملكة واحدة من أبرز 5 وجهات عالمية

عدد زيارات المبيت	2018	2030
الترفيه، وزيارة الأقارب والأصدقاء، والمؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات	25 مليون	83 مليون
الزيارات الدينية	16 مليون	37 مليون
الإجمالي	41 مليون	120 مليون

ملاحظة 1: تقديرات أولية - سيحدّد البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات الأرقام المستهدفة لعام 2030
ملاحظة 2: تمت مراعاة فقط الزيارات لأغراض العمل وذات الإقامة المدفوعة وعبر المناطق (تُعرف بأنها رحلات مبيت خارج منطقة الإقامة - على بُعد أكثر من 80 كم من مكان الإقامة. مع اعتبار مسافة 80 كم حدوداً للبيئة المعتادة وفقاً لمعايير منظمة السياحة العالمية في المملكة العربية السعودية)
المصدر: تحليلات فريق الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني



120 مليون زيارة: 75 مليون زيارة دولية لتصبح من أبرز 5 وجهات و45 مليون زيارة محلية بدافع إيقاف التّسرّب والتفعيل المحلي



75 مليون
زيارة دولية

44 مليون
زيارة محلية

- إيقاف ازدياد التّسرّب في زيارات المملكة
- تكثيف المواسم والفعاليات
- تعزيز الأنشطة للاستمتاع بالشمس والبحر

المصدر: منظمة السياحة العالمية؛ ويورومونيتور؛ ومركز المعلومات والأبحاث السياحية؛ والزيارات إلى الدول المتوقعة حتى 2022 باستخدام البيانات العالمية لحصص الزيارات لغرض الترفيه
ملاحظة: إجمالي الزيارات الدولية موضّحة في جميع أغراض الزيارات الدولية



تتمتع الوجهات السياحية الأخرى التي نشأت مؤخراً بمعدل نمو سنوي مركب يزيد عن 10% خلال السنوات العشر الأولى، إذ انفتحت البلاد على السياحة

عدد زيارات المبيت (بالمليون)

	2018	2030
السياحة الدينية	16	37
الترفيه، وزيارة الأقارب والأصدقاء، والمؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات	25	83
المجموع	41	120

معدل النمو السنوي المركب +9%

معدل نمو سنوي مركب بنسبة 11% للسياحة غير الدينية

معدل النمو السنوي المركب للزيارات الدولية لمدة عشر سنوات من الانفتاح على السياحة

الدولة	معدل النمو
عُمان	%25+
كرواتيا	%18+
الإمارات العربية المتحدة	%12+
كولمبيا	%12+
جنوب أفريقيا	%9+
كمبوديا	%19+

المصدر: المجلس الدولي للسياحة والسفر، ومنظمة التجارة العالمية، والبنك الدولي، ويورومونيتور، ووزارة السياحة، وإدارة فيتنام الوطنية للسياحة، وهيئات السياحة في الدول



تمكنت 12 دولة من زيادة عدد السياح القادمين بغرض الترفيه بأكثر من 10 ملايين سائح في العشر سنوات الماضية

الزيادة التدريجية في عدد السياح القادمين بغرض الترفيه بين أعوام 2008 و2018 بالمليون

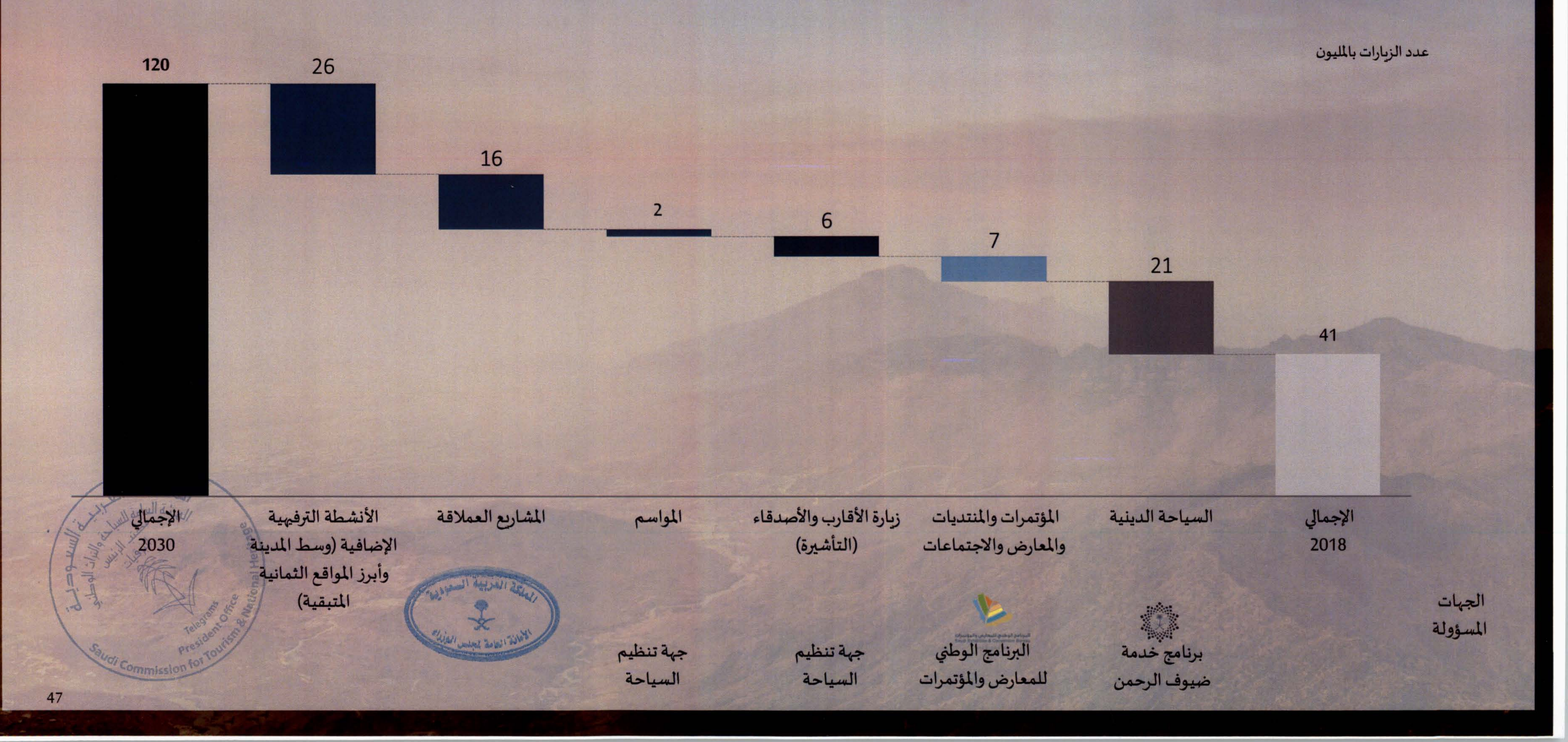
الدولة	الزيادة	خط الأساس 2008
إسبانيا	28+	52 مليونًا
اليابان	+23	6 ملايين
تايلاند	+22	13 مليونًا
الولايات المتحدة الأمريكية	+19	42 مليونًا
المكسيك	+17	22 مليونًا
الصين	+15	41 مليونًا
إيطاليا	+14	35 مليونًا
اليونان	+13	14 مليونًا
هونغ كونغ	+12	14 مليونًا
تركيا	+11	23 مليونًا
الإمارات	+10	9 ملايين
ألمانيا	10+	17 مليونًا

خط الأساس 2008

ملاحظة: الزيادة التدريجية في عدد القادمين السياح بغرض الترفيه بين أعوام 2008 و2018

المصدر: يورومونيتور

ستكون عدة جهات مسؤولة عن تحقيق مستهدف 2030 وهو 120 مليون زيارة



الوضع الحالي في 2018: تستضيف المملكة حالياً 41 مليون زيارة سنوياً

عدد زيارات المبيت بالمليون

الغرض من الزيارة[1]	المحلية 2018	الدولية 2018	الإجمالي 2018
الترفيه	14.8	0.9	15.7
زيارة الأقارب والأصدقاء	3.9	2.3	6.2
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات	1.2	2.4	3.6
الزيارات الدينية	6.3	9.4	15.7
الإجمالي	26.2	15.0	**41.2**

1. تشمل أرقام الرحلات الدولية والمحلية والخارجية رحلات المبيت فقط: وتشمل أنشط الترفيه التسوق والرياضة: (الأرقام لا تشمل التعليم والتدريب، والرعاية الصحية والطبية)

ملاحظة: تتضمن الزيارات المحلية الزيارات التجارية فقط؛ وتُراعى الزيارات عبر المنطقة (تُعرف بأنها رحلات مبيت خارج منطقة الإقامة - على بُعد أكثر من 80 كم من مكان الإقامة، مع اعتبار مسافة 80 كم حدوداً للبيئة المعتادة وفقاً لمعايير منظمة السياحة العالمية في المملكة العربية السعودية)

المصدر: تقرير إحصائيات السياحة لشركة لام إي إس (2018)؛ وتحليلات فريق الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

طموحات عام 2030: وفقاً لتوجيهات صاحب السمو الملكي، ولي عهد المملكة العربية السعودية، يطمح قطاع السياحة إلى تحقيق 120 مليون زيارة في عام 2030

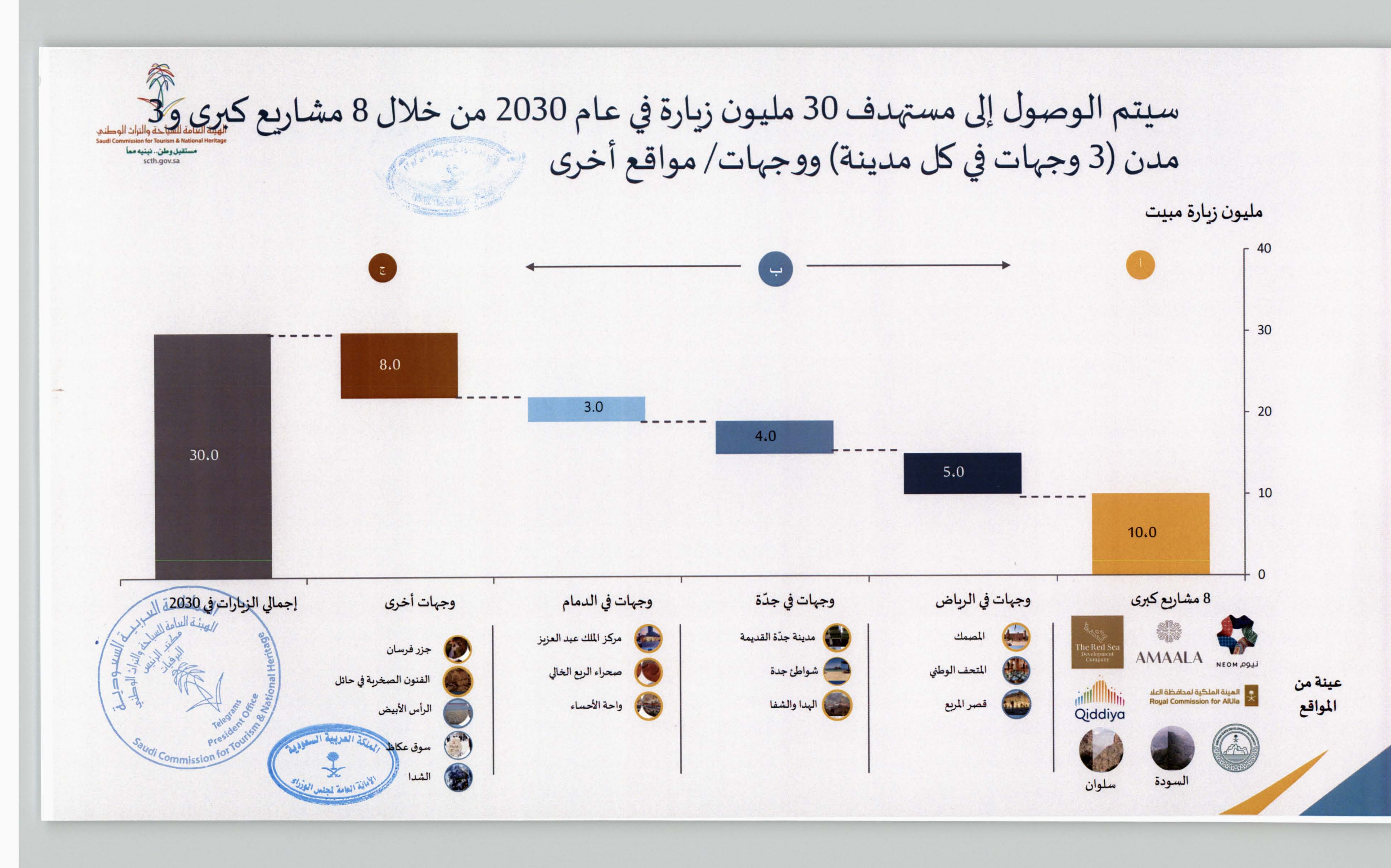
عدد زيارات المبيت بالمليون

الغرض من الزيارة[1]	المحلية 2030	الدولية 2030	الإجمالي 2030
الترفيه	30	30	60
زيارة الأقارب والأصدقاء	5	7	12
الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض[2]	3	8	11
الزيارات الدينية	7	30	37
الإجمالي	45	75	**120**

1. تشمل أرقام الرحلات الدولية والمحلية والخارجية فقط رحلات المبيت؛ ويشمل الترفيه التسوق والرياضة؛ (الأرقام لا تشمل التعليم والتدريب، والرعاية الصحية والطبية)
2. تقديرات أولية - سيجري تحديد أرقام 2030 وتزويدها من قبل البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات

ملاحظة: تم النظر في الزيارات التجارية مدفوعة الأجر والزيارات عبر المنطقة فقط (تُعرف بأنها رحلات مبيت خارج منطقة الإقامة - تقع على بُعد أكثر من 80 كم من مكان الإقامة، مع اعتبار مسافة 80 كم حدوداً للبيئة المعتادة وفقاً لمعايير منظمة السياحة العالمية في المملكة العربية السعودية)

المصدر: تحليلات فريق الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني



سيتم الوصول إلى مستهدف 30 مليون زيارة في عام 2030 من خلال 8 مشاريع كبرى و3 مدن (3 وجهات في كل مدينة) ووجهات/ مواقع أخرى
الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa
مليون زيارة مبيت
40
30
20
10
0
أ
ب
ج
10.0
5.0
4.0
3.0
8.0
30.0
8 مشاريع كبرى
وجهات في الرياض
وجهات في جدّة
وجهات في الدمام
وجهات أخرى
إجمالي الزيارات في 2030
عينة من المواقع
The Red Sea Development Company
AMAALA
NEOM نيوم
Qiddiya
الهيئة الملكية لمحافظة العلا
Royal Commission for AlUla
سلوان
السودة
المصمك
المتحف الوطني
قصر المربع
مدينة جدّة القديمة
شواطئ جدة
الهدا والشفا
مركز الملك عبد العزيز
صحراء الربع الخالي
واحة الأحساء
جزر فرسان
الفنون الصخرية في حائل
الرأس الأبيض
سوق عكاظ
الشدا

ستسهم المشاريع الكبرى في إضافة 10 ملايين زيارة دولية في عام 2030

مليون زيارة مبيت دولية بغرض الترفيه في عام 2030



ملاحظة: يُطبق خصم 15% على الالتزامات لتحويل زيارات الموقع إلى زيارات على مستوى الدولة

1. توزيع مفترض، نظرًا لعدم القدرة على التمييز في هذه المرحلة

المصدر: فريق المشاريع العملاقة؛ وتحليلات الفريق

ستجذب وجهات 3 مدن رئيسية 12 مليون زيارة في 2030



	مدينة الرياض	جدة	الدمام
المواقع	المصمك المتحف الوطني قصر المربع شقراء وأشيقر	مدينة جدّة القديمة شواطئ جدة	مركز الملك عبد العزيز واحة الأحساء بحيرة الأصفر ميناء العقير
المزايا الفريدة	زيارة عاصمة المملكة العربية السعودية ومكان نشأة المملكة السعودية. مدينة تتمتع بتاريخ غني وعروض ثقافية وترفيهية متنوعة	اكتشف هذه المدينة الساحلية بشواطئها الجميلة وثقافتها المتنوعة، كل ذلك في مدينة فريدة من نوعها في الخليج. استكشف هذه البوابة المُعدة للحجاج الذين يقصدون مكة المكرّمة	استكشف المواقع الثقافية والطبيعية المتنوعة في الدمام، والتي تكملها البنية التحتية الحديثة مثل إثراء التي تمثل متحفًا فريدًا مخصصًا لثقافة العالم


ج
ستسهم وجهات ومواقع إضافية في جذب 8 ملايين زيارة في عام 2030 (4/1)
المواقع
جنوبي وشرقي الرياض
حديقة خريم
دحل حيت
محمية الآيبكس
الطائف وسوق عُكاظ
الهدا والشفا
سوق عُكاظ
مزارع الزهور
الربع الخالي
صحراء الربع الخالي
المزايا الفريدة
يمكنك الابتعاد عن العاصمة الصاخبة لاستكشاف الطبيعة الجميلة والهادئة حول الرياض، بما في ذلك محميات الحياة البرية والكهوف الجيرية ذات البحيرات الداخلية التي تمتد أكثر من 150 مترًا
استكشف الجبال الجميلة في منطقة الطائف، بما في ذلك مزارع الورود التي تضم أكثر من 800 مزرعة تنتج 300 متر من الورود المعروفة والمستخدمة في جميع أرجاء العالم
تفضل بزيارة هذه الصحراء الرملية الخلابة، موطن أكبر كثبان رملية في العالم لتجربة مغامرة فريدة زاخرة بالمغامرات



ستسهم وجهات ومواقع إضافية في جذب 8 ملايين زيارة في عام 2030 (4/2)

	المدينة المنورة	القصيم	الجوف وحائل
المواقع	سكة حديد الحجاز آيات الحره درب زبيدة طريق الحج المصري والسوري	مزارع التمور في القصيم منتزه الغاط الوطني	دومة الجندل الفنون الصخرية (حائل) قلعة زعبل محمية الخنفة
المزايا الفريدة	استكشف التاريخ الغني المحيط بهذه المدينة المقدسة، بما في ذلك المسارات التي يتبعها الحجاج للوصول إلى مكة المكرّمة والمدينة المنورة (بما يشمل طرق الحج وسكة حديد الحجاز الشهيرة)	استكشف هذه المنطقة المركزية التي تشتهر بمزارعها ومنها مزارع التمور، والتي تقدم للزوار إمكانية الاستمتاع برحلات سياحية زراعية فريدة بالقرب من الرياض.	اكتشف تاريخ المنطقة الشمالية الغني والعريق في المملكة الذي يعود إلى عصور ما قبل الإسلام، بما في ذلك النقوش القديمة التي يبلغ عمرها 10,000 عام، بالإضافة إلى الصحاري الخلابة والمحميات الطبيعية


ج
ستسهم وجهات ومواقع إضافية في جذب 8 ملايين زيارة في عام 2030 (4/3)
المواقع
الرأس الأبيض
جازان
الباحة
الرأس الأبيض
حرات راحة
جزر فرسان
مزارع البن
ذي عين
جبل شدا
المزايا الفريدة
مشروع تطوير للاستمتاع بأشعة الشمس والبحر مع شواطئ خلابة من الرمال البيضاء النقية والمياه الصافية على طول البحر الأحمر. وتُستكمل المنطقة ببراكين سوداء وبيضاء فريدة من نوعها.
وجهة جديدة لم تمسها يد بشر في جنوب المملكة العربية السعودية، مع جزر جميلة لأنشطة الاستمتاع بأشعة الشمس والبحر والمغامرة. إلى جانب جبال وارفة تشتهر بزراعة البن
نقطة جذب للمغامرات في الجبال بين عسير وجدة، مع طبيعة فريدة غير مستغلة وعدد من المواقع الثقافية
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
Telegrams
President Office
المملكة العربية السعودية
الأمانة العامة لمجلس الوزراء

ستسهم وجهات ومواقع إضافية في جذب 8 ملايين زيارة في عام 2030 (4/4)



المواقع	محمية طبيعية معزولة
	الطبيق
	محمية مجامع الهضب
	الفاو
	عروق بني معارض
	محمية التيسية
المزايا الفريدة	استمتع بالطبيعة الخلابة التي لم تمسها يد بشر عبر المناظر الطبيعية المتنوعة في المملكة






التعريف: يشير مصطلح "الزيارات" إلى رحلات المبيت

يصنّف الزائر (المحلي أو الداخلي أو الخارجي) كسائح (أو زائر مبيت)، إذا تضمنّت رحلته إقامة لليلة واحدة



أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

اتجاهات الأسواق العالمية

طموحات المملكة لعام 2030

تقييم المملكة كوجهة سياحية

خارطة الطريق الاستراتيجية لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات









تُبنى الوجهات السياحية للدولة على ثلاث ركائز: الطبيعة والتراث، وتُكمّلها البنى المصطنعة والسمعة

السمعة	الانضباط في اليابان	الاسترخاء في إيطاليا	النظافة في سنغافورة
الأصول المصطنعة	دار أوبرا سيدني	ديزني وورلد أورلاندو	برج العرب دبي
المواقع الطبيعية والتراثية	روكي ماونتن، الولايات المتحدة الأمريكية	جزر المالديف	الكولوسيوم روما



'المواقع' هي الأماكن الدائمة المتمركزة حول الطبيعة و/أو التراث والثقافة ذات الأهمية السياحية

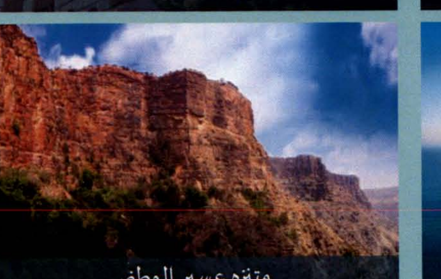
الموقع هو

- في مكان محدّد
- دائم
- متمركز حول الطبيعة و/أو التراث والثقافة
- ذا أهمية سياحية



جدة القديمة

مدائن صالح (مدينة الحِجر قديماً)


متنزه عسير الوطني

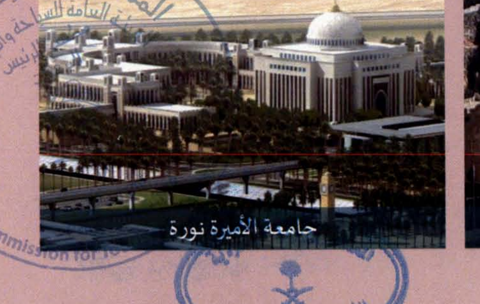

خليج نيوم

الموقع ليس

- أصلاً غير ملموس
- مؤقتاً
- محدّداً بأصوله المصطنعة فقط
- داعماً لقطاعات صناعية أخرى كغرض رئيسي (كالجامعات مثلاً)


مهرجان الإبل

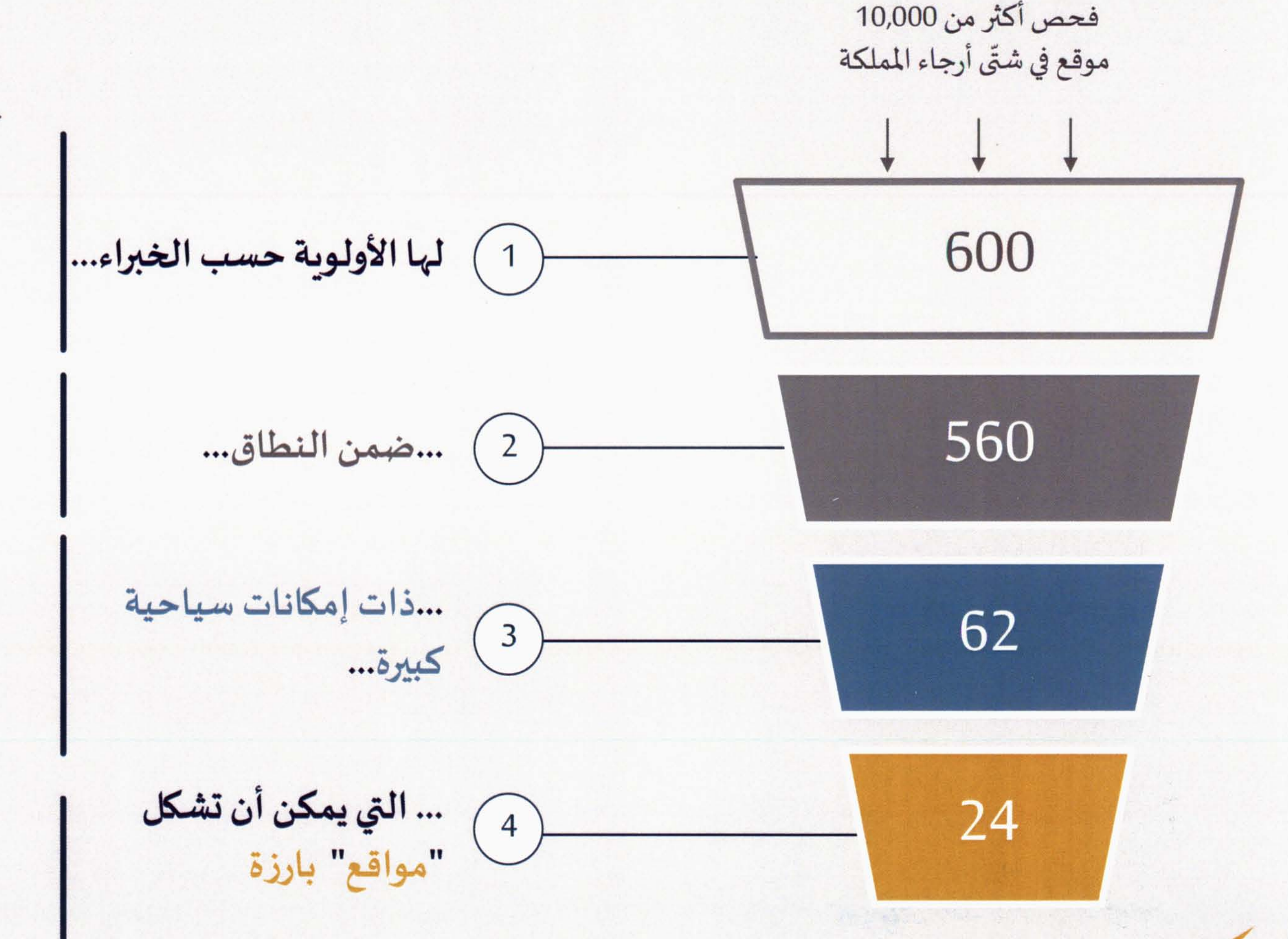
السحبة ورقصات أخرى


جامعة الأميرة نورة

حديقة الطائف المائية



المنهجية المُتَّبعة لتحديد المواقع: جرى تحليل أكثر من 10 آلاف موقع عبر عملية دقيقة لتحديد المواقع ذات الإمكانات السياحية الأعلى



المصادر والمعايير المستخدمة

- 3 قوائم داخلية لدى الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
- 13 طلب بيانات مقدم إلى منظّمات السياحة الإقليمية
- 2 من أبرز أدلّة السفر (لونلي بلانيت، وتريب أدفايزر)

- مواقع دون قيود على الوصول (على سبيل المثال، تُستثنى المواقع الدينية المتاحة للمسلمين فقط)

- اليونسكو (معتمدة أو مرشحة)
- الأماكن المحمية، أي المحميات الطبيعية
- أبرز الوجهات من أدلّة السفر الرائدة
- مقابلات الخبراء و3 ممثلين عن الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

- الخبراء الخارجيون في المواقع السياحية السعودية
- ورشة عمل مع 100 خبير (علماء الآثار، وشركات الرحلات السياحية، والفنادق، وشركات الطيران، والمستثمرون، والجامعات)



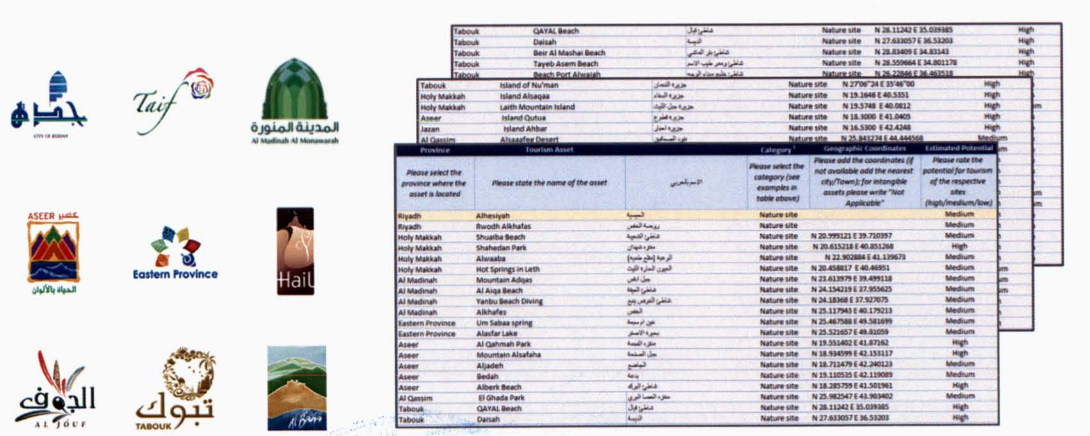


المنهجية: تمت الاستعانة بمجموعة من المصادر الداخلية والخارجية لبناء قاعدة بيانات بالمواقع الجغرافية

مصادر الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني



ثمة 3 قوائم داخلية من إدارة التسويق والمسارات **لدى الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني**



Province	Tourism Asset		Category	Geographic Coordinates	Estimated Potential
Please select the province where the asset is located	Please state the name of the asset	الاسم بالعربي	Please select the category (see examples in table above)	Please add the coordinates (if not available add the nearest city/Town); for intangible assets please write "Not Applicable"	Please rate the potential for tourism of the respective sites (high/medium/low)
Riyadh	Alhesiyah	الحيسية	Nature site		Medium
Riyadh	Rwodh Alkhafas	روضة الخفس	Nature site		Medium
Holy Makkah	Shuaiba Beach	شاطئ الشعيبة	Nature site	N 20.999121 E 39.710397	Medium
Holy Makkah	Shahedan Park	منتزه شهدان	Nature site	N 20.615218 E 40.851268	High
Holy Makkah	Alwaaba	[illegible]	Nature site	N 22.902884 E 41.139673	Medium
Holy Makkah	Hot Springs in Leth	العيون الحارة الليث	Nature site	N 20.458817 E 40.46951	Medium
Al Madinah	Mountain Adqas	[illegible]	Nature site	N 23.613979 E 39.499118	Medium
Al Madinah	Al Aiqa Beach	[illegible]	Nature site	N 24.154219 E 37.955625	Medium
Al Madinah	Yanbu Beach Diving	[illegible]	Nature site	N 24.18368 E 37.927075	Medium
Al Madinah	Alkhafes	[illegible]	Nature site	N 25.117943 E 40.179213	Medium
Eastern Province	Um Sabaa spring	[illegible]	Nature site	N 25.467588 E 49.581699	Medium
Eastern Province	Alasfar Lake	بحيرة الاصفر	Nature site	N 25.521657 E 49.81059	Medium
Aseer	Al Qahmah Park	[illegible]	Nature site	N 19.551402 E 41.87162	High
Aseer	Mountain Alsafaha	[illegible]	Nature site	N 18.934599 E 42.153117	High
Aseer	Aljadeh	[illegible]	Nature site	N 18.713479 E 42.240123	Medium
Aseer	Bedah	[illegible]	Nature site	N 19.110535 E 42.119089	Medium
Aseer	Alberk Beach	[illegible]	Nature site	N 18.285759 E 41.501961	High
Al Qassim	El Ghada Park	[illegible]	Nature site	N 25.982547 E 43.903402	Medium
Tabouk	QAYAL Beach	[illegible]	Nature site	N 28.11242 E 35.039385	High
Tabouk	Daisah	[illegible]	Nature site	N 27.633057 E 36.53203	High

Province	Tourism Asset		Category	Geographic Coordinates	Estimated Potential
Tabouk	Island of Nu'man	[illegible]	Nature site	N 27'06"24 E 35'46"00	High
Holy Makkah	Island Alsaqaa	[illegible]	Nature site	N 19.1646 E 40.5351	High
Holy Makkah	Laith Mountain Island	[illegible]	Nature site	N 19.5748 E 40.0812	High
Aseer	Island Qutua	[illegible]	Nature site	N 18.3000 E 41.0405	High
Jazan	Island Ahbar	[illegible]	Nature site	N 16.5300 E 42.4248	High
Al Qassim	Alsaaafeg Desert	[illegible]	Nature site	N 25.843274 E 44.444568	Medium

Province	Tourism Asset		Category	Geographic Coordinates	Estimated Potential
Tabouk	QAYAL Beach	[illegible]	Nature site	N 28.11242 E 35.039385	High
Tabouk	Daisah	[illegible]	Nature site	N 27.633057 E 36.53203	High
Tabouk	Beir Al Mashai Beach	[illegible]	Nature site	N 28.83409 E 34.83143	High
Tabouk	Tayeb Asem Beach	[illegible]	Nature site	N 28.559664 E 34.801178	High
Tabouk	Beach Port Alwajah	[illegible]	Nature site	N 26.22846 E 36.463518	High



تم إرسال 13 طلب بيانات إلى منظمات السياحة للتعليق على القائمة واستكمالها

المصادر الخارجية

قاعدة بيانات وجهات السفر – أدلة السفر ومنصات تفاصيل السفر



1



المخرجات: حدّدت عملية التصفية الأولى قائمة أولية بالمواقع السياحية (7/1)

الباحة

- جبال الباحة
- الخلف والخليف
- متحف الشملاني التراثي
- غابة الزرايب
- بلدة بلجرشي القديمة
- قصر بن رقوش التاريخي
- الشدا الأسفل
- متحف محمد بن مصعب
- قرية الظفير القديمة
- متحف الباحة للآثار والتراث
- غابة رغدان
- محمية جبل شدا
- قرية ذي عين التراثية

الجوف

- قصر العيسوية
- قلعة الصعيدي
- محمية الطبيق
- واحة دومة الجندل
- قصر حديثة
- محمية حرة الحره
- ينابيع هواس الساخنة
- متحف الجوف للآثار والتراث
- قرية كاف الأثرية
- قلعة الملك عبد العزيز
- قلعة مارد
- دير طبيق
- صحراء النفود
- متحف نواف الرشيد
- مسجد عمر بن الخطاب
- موقع رجاجيل التاريخي
- الريف الخلاب (المزارع)
- متحف الشيخ فهد البلهد
- بئر سيسرا
- قلعة زعبل

المدينة المنورة

- مسجد أبو بكر
- جبال أدقس
- عكمة
- وادي العقيق
- مسجد الريش
- قلعة البوير للسكك الحديدية
- قرية التراث في منطقة الديرة
- جبل الفيل
- وادي الفرا
- بلدة الحياة التاريخية
- الخفس
- موقع الخريبة (دادان)
- مسجد القبلتين
- الرأس الأبيض
- ينابيع الروحة
- منطقة السور التاريخية
- متحف العلا للآثار والتراث
- حصن العلا
- قرية العلا التراثية
- مقبرة الأسود
- مسجد علي بن أبي طالب
- مقبرة الخريبة
- آيات الحره (حرة خيبر)
- موقع غزوة بدر
- مسجد بدر
- مقبرة بقيع الغرقد
- موقع غزوة الخندق
- ذو الحليفة
- مسجد إجابة
- فقرة
- مسجد الجمعة
- مسجد غمامة
- غراميل العلا
- قبرة حمزة
- حصن حجر الإسلامي
- حرات راحة
- متحف سكة حديد الحجاز
- جبل عكمة
- محطة جدة الفرعية
- مقبرة جنة المعلى
- مقبرة جنة البقيع
- جبل الخريبة
- وادي الجن
- بلدة خيبر التاريخية
- واحة خيبر
- فوهة الجبل الأبيض في خيبر
- معابد الأسود
- موقع المابيات الأثري
- مدائن صالح
- جزيرة المحار

المصدر: الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، منظمات السياحة ، قاعدة بيانات الوجهات السياحية، وتحليلات الفريق

1

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

المخرجات: حدّدت عملية التصفية الأولى قائمة أولية بالمواقع السياحية (7/2)

المدينة المنورة

- قرية مكيدة
- متحف المدينة
- مسجد الميقات
- متحف محمد خليص
- المسجد النبوي
- جبل المجدر
- متحف دار المدينة
- متحف الدينار والدرهم
- متحف القرآن الكريم
- جبل ادقس
- مسجد القبلتين
- قلعة قباء
- مسجد قباء
- قرية الربذة التاريخية
- وادي ريم
- سد البنت
- سقيفة بني ساعدة
- شفا حرة عويرض
- معرض أسماء الله الحسنى
- موقع غزوة أحد (جبل أحد)
- كهف أم جرسان
- أم الدرج
- قصر عروة بن الزبير

القصيم

- بيت البسام التراثي
- متحف الدبيخي التراثي
- سوق الجرادة
- واحة المذنب
- مسجد المفيدر
- سوق المسوكف الشعبي
- متحف الشامسية التراثي
- برج الشنانة
- متحف العقيلات
- العنتريات في القصيبة
- متحف بريدة
- مركز الحرف اليدوية
- حصاة النصلة
- حصاة عنترة
- قرية المذنب التراثية
- متحف ابن ميمان
- حديقة جبل الخرطم
- قرية خبارة التراثية
- محمية نفود العريق
- قرية عيون الجواء التراثية
- مزارع التمور في القصيم
- جبل طمية

عسير

- وادي آية
- حديقة سد أبها
- مسجد أبو بكر
- قلعة أبو خيال
- جزيرة عكمة
- بئر الأجارة
- هضبة العروس
- متحف الألوان
- حصون الأسابلة
- برج البلدة
- حي البسطاء
- برج البرزة
- قرية ومقبرة الدحلة
- قلعة الدقل
- هضبة الدور
- وادي الغيل
- آبار الحفاير
- جبل الحيلة
- جبل الحاجب
- قلعة الهشاة
- حي الحوزة
- متحف الجحل التراثي
- قرية الجهماء
- قلعة وبرج القزعة
- قرية الخرباء
- قرية اللوح
- قلعة المدفعة
- قلعة المحاسنة
- قلعة المعكر
- برج المنور
- برج المروة
- قلعة المرتضى
- قرية المفتاحة
- متحف النماص
- قرية النصب
- متحف قرية العليان
- جبل القارة
- جبال السفحجال
- قلعة الشعبين
- برج الواجف
- هضبة الوطن
- أخدود الينفة
- كهف علي بن سعدان
- متحف منطقة عسير
- وادي عاطف
- جبال بلس
- متحف قصر بن هتيل التاريخي
- متحف بن خلف
- ينابيع وادي بيش
- جزيرة كدميل
- قرية الدهنة
- شلال الدهنة
- قرية غيا
- وادي غيل
- جبل غربة الهشوش
- قلعة مكسيرا الكبرى





المصدر: الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، منظمات السياحة، قاعدة بيانات الوجهات السياحية، وتحليلات الفريق

المخرجات: حدّدت عملية التصفية الأولى قائمة أولية بالمواقع السياحية (7/3)

عسير

- وادي آية
- حديقة سد أبها
- مسجد أبو بكر
- قلعة أبو خيال
- جزيرة عكمة
- بئر الأجارة
- هضبة العروس
- متحف الألوان
- حصون الأسابلة
- برج البلدة
- حي البسطاء
- برج البرزة
- قرية ومقبرة الدحلة
- قلعة الدقل
- هضبة الدور
- وادي الغيل
- آبار الحفاير
- جبل الحيلة
- جبل الحاجب
- قلعة الهشاة
- حي الحوزة
- متحف الجحل التراثي
- قرية الجهماء
- قلعة وبرج القزعة
- قرية الخرباء
- قرية اللوح
- قلعة المدفعة
- قلعة المحاسنة
- قلعة المعكر
- برج المنور
- برج المروة
- قلعة المرتضى
- قرية المفتاحة
- متحف النماص
- قرية النصب
- متحف قرية العليان
- جبل القارة
- جبال السفحة
- قلعة الشعبين
- برج الواجف
- هضبة الوطن
- أخدود الينفة
- كهف علي بن سعدان
- متحف منطقة عسير
- وادي عاطف
- جبال بلس
- متحف قصر بن هتيل التاريخي
- متحف بن خلف
- ينابيع وادي بيش
- جزيرة كدمبل
- قرية الدهنة
- شلال الدهنة
- قرية غيا
- وادي غيل
- جبل غربة الهشوش
- قلعة مكسيرا الكبرى

المنطقة الشرقية

- قصر عالي
- متحف عبدالله الأسمري
- أبحر
- عين الحرة
- الإباء
- واحة الأحساء
- مدرسة العميرية
- بحيرة الأصفر
- الدافي
- متحف الدنف
- سوق الحمام
- ينابيع الحرة
- مسجد الهفوف
- ينابيع الجوهرية
- مسجد الجولانية
- ميناء الخبر التراثي
- المردومة
- المريقبات
- جبل النصلة
- واحة القطيف
- جبل الشيبا
- ميناء العقير التاريخي
- قصر الوزيعة
- الزريب
- جبال العرب
- سوق القيصرية
- الراكة
- نبع بحلا
- بيت العباية
- متحف القهوة والفن
- جزيرة المرجان
- بيت الدمام التراثي
- متحف دار التراث
- ميناء دارين التراثي
- جزيرة دارين
- اصبع الشبطان
- مسجد التهيمية الشرقي
- الجزيرة الخضراء
- متحف الهفوف الوطني
- نبع الحويرات
- قصر إبراهيم
- قصر إنطاع
- جزيرة الجنة
- مسجد جواثا
- جزيرة الجريد
- بئر الكعبة
- قصر خزام
- مركز الملك عبد العزيز الثقافي (إثراء)
- متحف مدار
- جزيرة مرجان

المصدر: الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، منظمات السياحة، قاعدة بيانات الوجهات السياحية، وتحليلات الفريق



المخرجات: حدّدت عملية التصفية الأولى قائمة أولية بالمواقع السياحية (7/4)

المنطقة الشرقية

- كهف مستودن
- بحرية مدن
- ينابيع نجم
- سوق النعيرية
- متحف أيام المجد
- سوق القيصرية
- جبل القارة
- ميناء القطيف التراثي
- غابة المانغروف في راس تنوره
- صحراء الربع الخالي
- قصر صاهود
- سوق السبت
- جبل شعبان
- مسجد الشيخ محمد بن إبراهيم
- غابات المانغروف في سيهات
- مسجد جنوب تيماء
- قلعة تاروت والقرية القديمة
- غابة المانغروف في تاروت
- متحف الطيبين
- قرية ثاج التراثية
- متحف الآثار والفن الشعبي
- جبل قرع وكهوفه
- سوق الخميس
- نبع أم سباع

حائل

- قلعة عيرف
- أجا وسلمى
- صحراء الدهناء
- متحف الضويلي التراثي
- الهيت
- صحراء النفود
- أبراج قصر برزان
- سوق برزان الشعبي
- مدينة فيد التاريخية
- متحف منطقة حائل
- جبل جنين
- وادي جو
- قرية جوبا
- متحف للماضي أثر
- جبل حتيمة
- قصر قشرة
- الفنون الصخرية في حائل
- طريق المسافرين الغربيين
- جبل يطيب

مكة المكرمة

- برج أبراج البيت
- عين زبيدة
- مسجد العباس
- نقوش العسيلة
- سوق العزيزية
- مسجد البيعة
- قصر البوقري
- قصر الدهلوي
- الهدا والشفا
- قرية الحره
- منتزه الحسينية
- مسجد الجفالي
- قصر الكعكي
- قصر الكاتب
- مسجد الخيف
- قرية الكلادا
- مسجد الكوع
- مسجد المدهون
- متحف القنفذة
- مسجد الرحمة
- قصر الصبان
- جزيرة جبل الصبايا
- جزيرة السقا
- مسجد الشافعي
- قصر السليمان
- متحف مدينة الطيبات
- فوهة الوهبة
- قمة جبل الهدا
- قصر عالية
- متحف أصالة الماضي
- قلعة عسفان
- مواقع عشم
- باب مكة
- بيت البلد
- مسجد بلال
- دكة الحلواني
- سوق شارع قابل
- غار حراء
- غار ثور
- منارة المسجد الحنفي
- مسجد حسن عناني
- الينابيع الحارة في الليث

المصدر: الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، منظمات السياحة، قاعدة بيانات الوجهات السياحية، وتحليلات الفريق






المخرجات: حدّدت عملية التصفية الأولى قائمة أولية بالمواقع السياحية (7/5)

مكة المكرمة

- جبل النور
- جبل دكة
- جبل رحمة
- قصر جبرة
- مسجد جرير بن عبدالله البجلي
- مدينة جدّة القديمة
- مسجد خديجة بغلف
- قصر الملك عبد العزيز
- جزيرة جبل الليث
- مسجد محمية محازة الصيد
- محمية مجامع الهضب
- متحف مكة المكرمة
- متحف بيت المتبولي
- جولة معالم الهجرة النبوية
- جبل عرفات
- مقلاع تيماء
- بيت ناصيف
- بوابة مدينة الشمال
- متحف أم الدوم
- جولة غزوات النبي صلي الله عليه وسلم
- متحف روائع الديوان
- مزارع الزهور
- الصفا والمروة
- محمية سجا الطبيعية
- قصر السقاف
- حديقة شاهدان
- دار شربتلي
- متحف شريف
- سوق العلوي
- سوق عُكاظ
- مقام إبراهيم
- مسجد سليمان
- سد سملقي
- سوق الطائف
- معبد الطائف
- مسجد التنعيم
- المسجد الحرام
- مصنع كسوة الكعبة
- متحف الحرمين الشريفين
- بئر طوى
- محمية جزر أم القماري
- نبع أم غميقة

جازان

- جزيرة أبحر
- الداير وفايتا
- قلعة الدوسرية
- مسجد النجدي
- قصر النجدي
- جبال القهر
- دار الرفاعي
- جزيرة آمنة
- ينابيع بني مالك
- مزارع البن
- قرية فرسان التراثية
- محمية جزر فرسان
- جبال فيفا
- متحف فيفا
- ينابيع غوا
- قرية جازان التراثية
- الينابيع الساخنة
- منازل الأدارسة
- جبال جازان الشاهقة
- وادي لجب
- حي تجار اللؤلؤ
- قرية قصار
- ينابيع روان العبيد
- البيت الألماني
- القلعة العثمانية
- ينابيع وادي خلب

نجران

- قصر الإمارة التاريخي
- سوق الجنابي
- قرية اللجام التراثية
- قرية المنجم التراثية
- قرية المشكاة التراثية
- موقع الأخدود التاريخي
- المتحف الصناعي
- سوق الخناجر
- آبار الحمة
- قصر خراش
- جبل السودة
- سد نجران
- متحف نجران
- قرى نجران التراثية الحضرية (34)
- غابة سقام
- صحراء النفود الكبير





المصدر: الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، منظمات السياحة، قاعدة بيانات الوجهات السياحية، وتحليلات الفريق

المخرجات: حدّدت عملية التصفية الأولى قائمة أولية بالمواقع السياحية (7/6)



الحدود الشمالية

- كهوف الهبكة
- محمية التيسية الطبيعية
- قصر الملك عبد العزيز التاريخي
- سوق لينا الشعبي
- قصر الإمارة القديم
- قصر زبالا الأثري

الرياض

- متحف أبابطين التراثي
- مزرعة البحري
- موقع الدوادمي الأثري
- سد العلب
- قرية الفاو
- قرية الغاط التراثية
- متحف الغاط
- منتزه الغاط الوطني
- الحريق
- الحسية
- بحيرة القصر
- قرية الخبراء التراثية
- متحف المجمعة
- المصمك (ومتحف المصمك)
- قصر المربع
- متحف المشوح التراثي
- قرية المذنب التراثية
- جامع الراجحي الكبير
- متحف السالم
- قرية الشرا التراثية
- بوابة الثميري
- الثمامة
- محمية الآيبكس
- قرية الزلفي التراثية
- سوق الزل الشعبي
- متحف الآثار
- كهف برمة
- كثبان الدهناء الرملية
- متحف ديار العز
- حافة العالم (جبل طويق)
- متحف بيت الحمدان
- كهف هيت
- الدرعية التاريخية
- حوطة بني تميم
- مسجد الإمام تركي بن عبدالله الكبير
- جبل جبلة
- حديقة خريم
- مركز الملك عبد العزيز التاريخي
- مسجد الملك خالد الكبير
- غابة الملك
- جبل مراقب مونيخ
- كهف المربع
- متحف نفحات الماضي
- مسجد عثمان بن عفان
- جامع الاميرة لطيفة بن سلطان
- متحف قديم التعليم
- روضة الخفس
- متحف جذور وتراث
- متحف القوات الجوية الملكية السعودية
- كهف الرطوبة
- وادي صلبوخ
- نبع سمحة
- متحف صقر الجزيرة للطيران
- شقراء وأشيقر
- سوق الجمل
- قرية سدير التراثية
- المتحف الإسلامي
- متحف العلوم الاسلامية
- المتحف الوطني
- محمية عروق بني معارض
- وادي حنيفة
- متنزه وثيلان الوطني



المصدر: الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، منظمات السياحة، قاعدة بيانات الوجهات السياحية، وتحليلات الفريق

المخرجات: حدّدت عملية التصفية الأولى قائمة أولية بالمواقع السياحية (7/7)

تبوك

- مقابر البدع النبطية
- قلعة البلدة
- جبال الديسة
- قصر الإمارة
- قصر الحمراء
- جزيرة المريقة
- قلعة المويلح
- قلعة المويلح العثمانية
- سوق النجم التراثي
- القاووش
- وادي الشق
- متحف الوادي الأخضر
- قلعة الوجه والقرية التاريخية
- جزيرة الوصل
- قلعة الزريب
- نفق البغاز
- مسجد التوبة
- وادي عينونة
- صحراء بجدة
- صحراء أبيض وأسود
- متحف الكناني
- جزيرة فرشة
- بئر هداج
- جبل شار
- جبال حسمة
- محمية الخنفة
- منطقة الخريبة الشاطئية
- قلعة الملك عبد العزيز في ضباء
- قلعة الملك عبد العزيز في حقل
- جبل اللوز
- منحدرات وأودية ماغنا
- قلعة المويلح العثمانية
- متحف بيوت الطين
- جزيرة نعمان
- الأطلال العثمانية
- محمية الأمير محمد بن سلمان الطبيعية (وادي الديسة)
- راس الشيخ حميد
- جزيرة شيبارا
- آثار قوم شعيب
- جزيرة سيلا
- جزيرة سويحل
- قلعة تبوك
- سوء تيماء
- طيان الاسم
- السور العظيم
- متحف منطقة تيماء
- سوق الطواحين
- وادي دوم
- جزيرة والى
- بئر موسى
- وادي زيتة

غير مرتبطة بمنطقة محددة

- طريق الهجرة
- صحراء الصعافع
- درب زبيدة
- طريق الحج المصري
- سكة حديد الحجاز
- طريق الحج السوري

المصدر: الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، منظمات السياحة، قاعدة بيانات الوجهات السياحية، وتحليلات الفريق



المنهجية: حدّدت عملية التصفية الثانية المواقع التي يمكن الوصول إليها

المواقع التراثية

- المباني والآثار التاريخية
- قرى التراث
- المواقع الأثرية
- المتاحف



المواقع الطبيعية

- الصحارى
- الواحة
- الجبال
- البراكين
- الحدائق والمحميات الطبيعية
- المزارع



مشمولة في التقييم الإضافي

المواقع الإسلامية

- الأماكن المقدسة
- المواقع محظورة على غير المسلمين

مستبعدة لأنها أماكن مقدسة أو غير متاحة لغير المسلمين



المصدر: تحليلات الفريق



المخرجات: قائمة بالمواقع المستبعدة من عملية التصفية الثانية لأنها محظورة على غير المسلمين

المدينة المنورة

- مقبرة جنة المعلى
- المسجد النبوي

مكة المكرمة

- برج أبراج البيت
- مسجد العباس
- نقوش العسيلة
- سوق العزيزية
- مسجد البيعة
- منتزه الحسينية
- مسجد الخيف
- مسجد بلال
- غار حراء
- غار ثور
- جبل النور
- جبل رحمة
- متحف مكة المكرمة
- جولة معالم الهجرة النبوية
- جبل عرفات
- جولة غزوات النبي صلي الله عليه وسلم
- الصفا والمروة
- قصر السقاف
- مقام إبراهيم
- مسجد سليمان
- مسجد التنعيم
- المسجد الحرام
- مصنع كسوة الكعبة
- متحف الحرمين الشريفين



المصدر: تحليلات الفريق

المنهجية: حدّدت عملية التصفية الثالثة المواقع ذات الإمكانات السياحية الكبيرة

معترف بها من اليونسكو

المواقع المدرجة على أنها معتمدة أو حاصلة على اعتماد أولي بموجب مركز التراث العالمي لدى اليونسكو

16
موقعاً

المناطق المحمية

"المناطق المحمية" المعترف بها وطنياً (أي المحميات الطبيعة) أو ما يماثلها

16
موقعاً



أبرز الوجهات حسب أدلة السفر

المواقع الموصى به من أدلة السفر المعترف بها دولياً والمكتوبة بالتعاون مع خبراء محليين (مثل لونلي بلانيت)

8
مواقع



المدخلات من الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني (نواب الرؤساء/ الرؤساء)

المواقع الإضافية التي لا تفي بالمعايير الأخرى ولكنها تتمتع بإمكانات سياحية كبيرة وفق ممثلي الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

23
موقعاً

المصدر: تحليلات الفريق



ثمة 62 موقعاً بإمكانات سياحية كبيرة

المواقع التراثية

- ★ الحِجْر (مدائن صالح)
- ★ الفنون الصخرية في منطقة حائل
- ★ مدينة جدّة القديمة
- ★ الدرعية التاريخية
- ☆ قرية ذي عين التراثية
- ☆ دومة الجندل
- ☆ قرية رجال ألمع
- ☆ آبار الحمة
- ☆ قرية الفاو
- ☆ سكة حديد الحجاز
- ☆ درب زبيدة
- ☆ طريق الحج المصري
- ☆ طريق الحج السوري
- قرية التراث في منطقة الديرة
- ميناء العقير التاريخي
- المصمك
- قصر المربع
- قلعة الوجه والقرية التاريخية
- مركز الملك عبد العزيز الثقافي
- شقراء وأشيقر
- سوق عُكاظ
- المتحف الوطني
- قلعة زعبل



المواقع الطبيعية

- ★ واحة الأحساء
- ☆ محمية جزر فرسان
- ☆ محمية عروق بني معارض
- بحيرة الأصفر
- جبل الفيل
- منتزه الغاط الوطني
- الحبلة
- الهدا والشفا
- الرأس الأبيض
- محمية التيسية الطبيعية
- محمية الطبيق
- واحة القطيف
- فوهة الوهبة
- جزيرة أمالا
- متنزه عسير الوطني
- آيات الحره
- صحراء بجدة
- مزارع البن
- غراميل العلا
- كهف هيت
- محمية الأيبكس
- جبل جبلة
- محمية الخنفة
- منطقة الخربة الشاطئية
- حديقة خريم
- جبل اللوز
- مسجد محمية محازة الصيد
- محمية مجامع الهضب
- محمية نفود العريق
- محمية الأمير محمد بن سلمان الطبيعية
- مزارع التمور في القصيم
- ساحل البحر الأحمر
- مزارع الزهور
- صحراء الربع الخالي
- محمية سجا الطبيعية
- الشاطئ الفضي
- جبل طويق
- محمية جبل شدا الأعلى

★ : معتمدة من اليونسكو
☆ : مرشحة من اليونسكو

المصدر: تحليلات الفريق





المنهجية: تم تحديد "أبرز" المواقع من خلال ورش العمل والمقابلات مع خبراء قطاع السياحة الحكوميين والخارجيين

ورش الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني في مارس-مايو 2018

الجهات المعنية الرئيسية من القطاع الحكومي

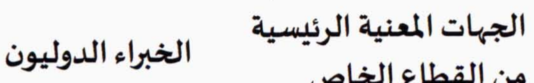
- أكثر من 60 موظف رئيسي من الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
- الممثلون عن 17 منظمة سياحية
- الخطوط الجوية السعودية

الجهات المعنية الرئيسية من القطاع الخاص

- مشغلو الرحلات
- أصحاب الفنادق
- المستثمرون

الخبراء الدوليون

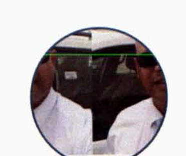
- تي أتش آر
- تيم للسياحة
- سوليمار انترناشونال
- أوستن أدفنتشرز
- إم إم جي واي غلوبال
- كيتنغ
- جامعة بريتوريا





المصدر: تي أتش آر، وتحليلات الفريق

الخبراء الخارجيين في المواقع السياحية السعودية



الدكتورة آيلن أوربسلي
خبيرة التراث الثقافي
محاضرة في أوكسفورد بروكس



سعود السحيمي
الرئيس التنفيذي والمؤسس
شركة جولة للسياحة



الدكتور عدنان عدس
المؤسس والمدير المفوّض
مركز المسكورة للتراث العمراني والمعماري



أدريان ليتويل
مدير،
شركة دناتا للسفريات

الدكتور عبدالله الزهراني
مدير البحوث والدراسات الأثرية،
الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني



هاني الهنيدي
المستشار السابق للتراث،
الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

محمد علي
دييغو، مدير المبيعات
وجهات العالم



تم تحديد 24 موقعاً على أنها "مواقع بارزة"



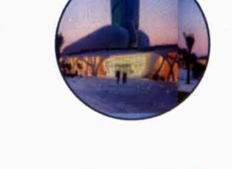
المواقع التراثية





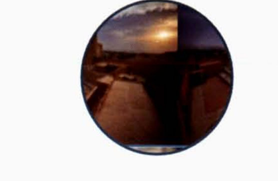

الحجر (مدائن صالح) | الدرعية | الفنون الصخرية (حائل) | مدينة جدّة القديمة





الديره | المصمك | ذي عين | رجال ألمع





مركز الملك عبد العزيز | قرية الوجه | دومة الجندل



المواقع الطبيعية



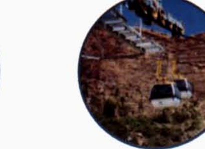






واحة الأحساء | جزر فرسان | صحراء الربع الخالي | ساحل البحر الأحمر | جزيرة أمالا



حافة العالم | صحراء بجدة | الهدا والشفا | منطقة الخريبة الشاطئية




محمية الأمير محمد بن سلمان | الحبلة | متنزه عسير الوطني | الشاطئ الفضي

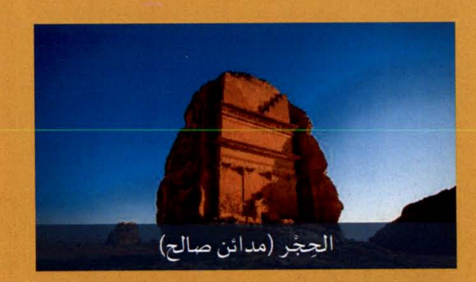
المصدر: تحليلات الفريق

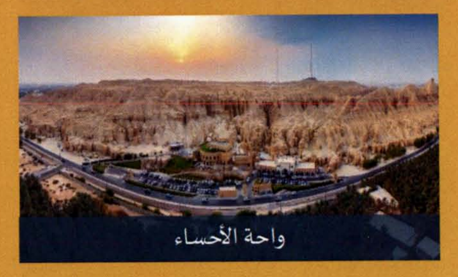


تم تقسيم المواقع إلى 24 موقعاً بارزاً، و38 موقعاً بإمكانات كبيرة، و500 موقع مُكمّل

24 موقعاً بارزاً
(تستحق الزيارة)

- أبرز المواقع في المملكة العربية السعودية، وتتمتع هذه المواقع الفريدة بإمكانات قوية لجذب السياح إلى المملكة

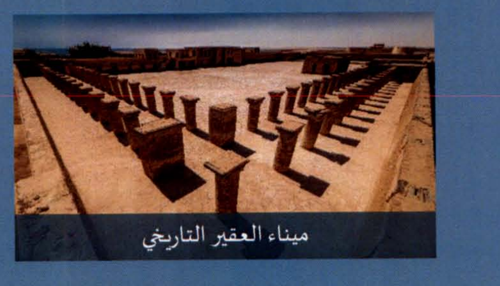

الحِجْر (مدائن صالح)


واحة الأحساء

38 موقعاً بإمكانات كبيرة
(تستحق الجولات)

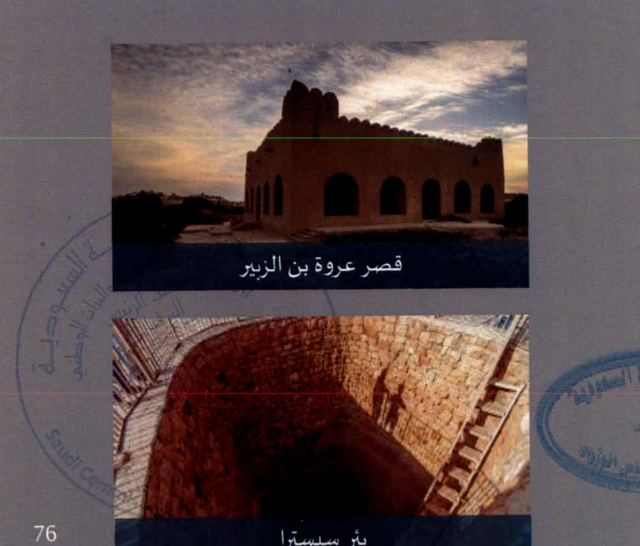
- مواقع إضافية معترف بها وطنياً و/ أو دولياً لإمكاناتها السياحية


بحيرة الأصفر


ميناء العقير التاريخي

500 موقع مُكمّل
(يستحق المشاهدة)

- مواقع إضافية ذات أهمية سياحية، وتُكمّل التجربة السياحية بعد زيارة المواقع البارزة والمواقع ذات الإمكانات الكبيرة


قصر عروة بن الزبير

بئر سيسترا

المواقع البارزة: حدّد الخبراء أبرز 24 موقعاً طبيعياً وتراثياً



المواقع ذات الإمكانات الكبيرة: حدّد الخبراء 38 موقعاً 'بإمكانات كبيرة' على مستوى المملكة



1. يشكّل الموقع آخر محطة مهمة قبل مكة المكرمة
2. يشكّل الموقع المحطة الرئيسية للسكك الحديدية



أغراض السفر التي تغطيها المواقع البارزة

المنطقة	المواقع البارزة	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة
الباحة	قرية ذي عين التراثية			✓	
الجوف	دومة الجندل			✓	
المدينة المنورة	قرية التراث في منطقة الديرة			✓	
	الحِجْر (مدائن صالح)			✓	
عسير	الحبلة		✓		✓
	متنزه عسير الوطني		✓		✓
	قرية رجال ألمع			✓	
المنطقة الشرقية	واحة الأحساء			✓	✓
	مركز الملك عبد العزيز الثقافي (إثراء)			✓	
	صحراء الربع الخالي				✓
حائل	الفنون الصخرية في حائل			✓	
مكة المكرمة	الهدا والشفا				✓
	مدينة جدّة القديمة			✓	
	الشاطئ الفضي	✓			
جازان	جزر فرسان	✓			✓
الرياض	المصمك			✓	
	حافة العالم (جبل طويق)				✓
	الدرعية التاريخية			✓	
تبوك	جزر أملا	✓	✓		
	قلعة الوجه والقرية التاريخية			✓	
	صحراء بجدة				✓
	منطقة الخريبة الشاطئية	✓			
	محمية الأمير محمد بن سلمان الطبيعية				✓
	ساحل البحر الأحمر	✓	✓		

✓ غرض السفر المشمول





أغراض السفر التي تغطيها المواقع ذات الإمكانات الكبيرة (2/1)

المنطقة	مواقع ذات الإمكانات الكبيرة	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة
الباحة	محمية جبل شدا				✓
الجوف	محمية الطبيق				✓
	محمية حرة الحره				✓
	قلعة زعبل			✓	
المدينة المنورة	جبل الفيل				✓
	الرأس الأبيض	✓			
	غراميل العلا				✓
	حرات راحة				✓
القصيم	محمية نفود العريق				✓
	مزارع التمور في القصيم			✓	
المنطقة الشرقية	بحيرة الأصفر				✓
	ميناء العقير التاريخي			✓	
مكة المكرمة	فوهة الوهبة				✓
	مزارع البن			✓	
	محمية مجامع الهضب				✓
	منطقة محمية محازة الصيد				✓
	مزارع الزهور			✓	
	محمية سجا الطبيعية				✓
	سوق عُكاظ			✓	

✓ غرض السفر المشمول

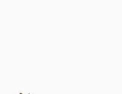






أغراض السفر التي تغطيها المواقع ذات الإمكانات الكبيرة (2/2)





المنطقة	المواقع ذات الإمكانات الكبيرة	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة
نجران	آبار الحمة			✓	
الحدود الشمالية	محمية التيسية الطبيعية				✓
الرياض	قرية الفاو			✓	
	منتزه الغاط الوطني				✓
	قصر المربع			✓	
	محمية الأيبكس				✓
	كهف هيت				✓
	جبل جبلة				✓
	حديقة خريم				✓
	المتحف الوطني			✓	
	محمية عروق بني معارض				✓
	شقراء وأشيقر			✓	
تبوك	جبل اللوز				✓
تبوك/الجوف	محمية الخنفة				✓
الطرق/السكك الحديدية في مختلف المناطق	درب زبيدة			✓	
	طريق الحج المصري			✓	
	سكة حديد الحجاز			✓	
	طريق الحج السوري			✓	

✓ غرض السفر المشمول









يمكن للمواقع الطبيعية والتراثية السعودية تغطية أهم أربعة أغراض من أغراض السفر

الإنفاق العالمي[1]	أغراض السفر	المواقع
1# (23% من الإجمالي)	الاستمتاع بالشمس والبحر	الرمال الفضية، جزيرة فرسان، مشروع البحر الأحمر، مشروع نيوم
2# (16% من الإجمالي)	الثقافة والتراث	واحة الأحساء، جدة القديمة، مدائن صالح، الدرعية
3# (14% من الإجمالي)	المغامرة	الربع الخالي، حافة العالم، الهدا والشفا، كهوف هيت
4# (10% من الإجمالي)	الصحة والرفاه	السودة، عسير، مشروع البحر الأحمر، أملا



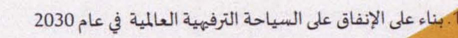












1. بناء على الإنفاق على السياحة الترفيهية العالمية في عام 2030



المنهجية: قورنت القدرة التنافسية للمواقع البارزة مع 80 وجهة وفق 35 مؤشراً من مؤشرات الأداء الرئيسية التي حددها الخبراء

تحديد الوجهات الرائدة إقليمياً وعالمياً	تحديد دوافع المستهلكين ومؤشرات الأداء الرئيسية ذات الصلة	مقارنة المواقع الطبيعية والتراثية وتحديد القدرة التنافسية للمملكة
80 وجهة...	... قورنت وفق 35 معياراً	....وقُيّمت وفق أغراض السفر الرئيسية



20 وجهة للاستمتاع بالشمس والبحر

22 وجهة تراثية وثقافية


19 وجهة للمغامرة


19 وجهة للصحة والرفاه

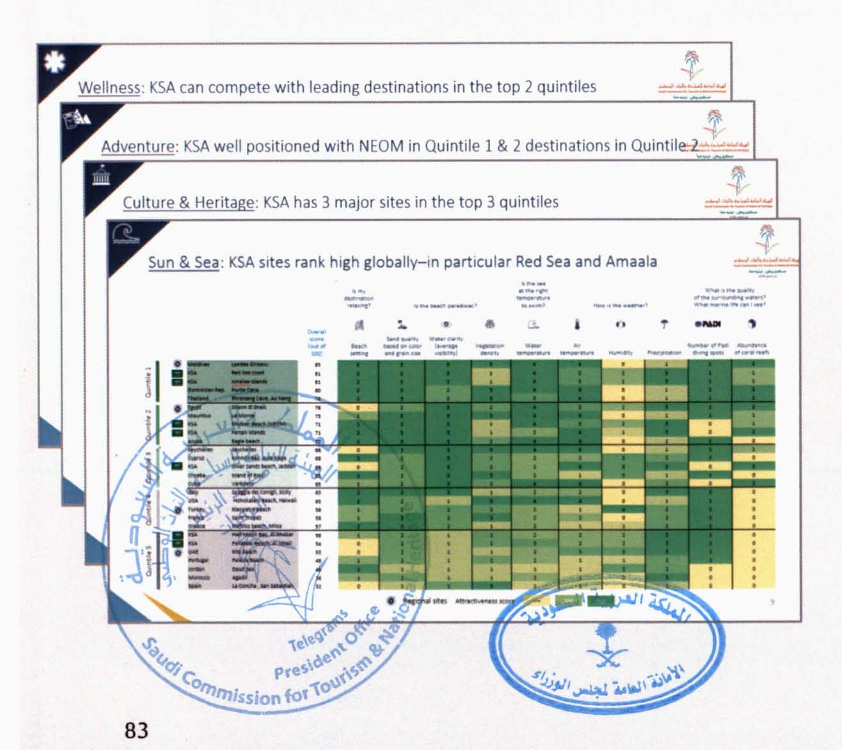
Wellness: Consumer drivers & KPIs used (1/2)

Adventure: Consumer drivers & KPIs used (1/2)

Culture & Heritage: Consumer drivers & KPIs used (1/2)

Sun & Sea: Consumer drivers & KPIs used (1/2)

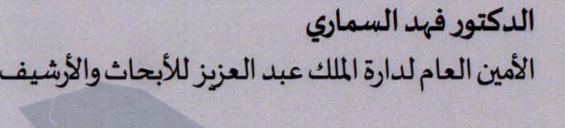
Scope	Customer drivers	Selected KPIs	Attractiveness scoring
Assessment for main beach within cluster	Is my destination relaxing?	Beach setting	Urban center – Beach resort town – Natural area
	Is the beach paradisiac?	Sand quality based on color and grain size	Low – Medium – High
		Water clarity (average visibility)	Low – Medium – High
		Vegetation density	Low – Medium – High
	Is the sea at the right temperature to swim?	Number of seasons with attractive water temperature (20-30 °C avg. monthly temperature for January, April, July, October)	0 – 1 – 2 – 3 – 4





المنهجية المُتَّبعة لتقييم المواقع: قيّم الخبراء السعوديون والدوليون مدى تنافسية المواقع البارزة في المملكة مقارنة بالمواقع العالمية

النظرة الداخلية: خبراء المملكة



الدكتور فهد السماري
الأمين العام لدارة الملك عبد العزيز للأبحاث والأرشيف

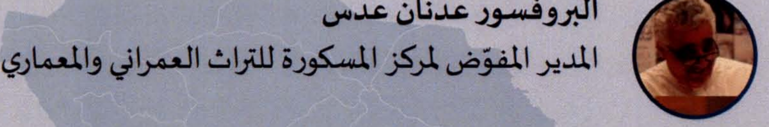
البروفسور عدنان عدس
المدير المفوّض لمركز المسكورة للتراث العمراني والمعماري

الدكتور أرنولف هوزليتر
استشاري، معهد الآثار الألماني - قسم الشرق

الدكتورة آيلن أوربسلي
باحث ومحاضر في جامعة أكسفورد بروكس

ميلاني موزنر
مستشارة المركز العربي للتراث

النظرة الخارجية: الخبراء الدوليون





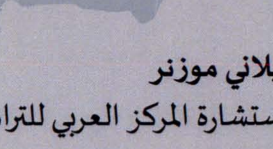
ماركو فالوب
مدير الوجهات في شركة إف تي آي





سيد بلانكو
مدير البنية التحتية الثقافية في وزارة الثقافة -البرازيل

مات بيرد
مدير العمليات والرئيس التنفيذي
شركة بيك أدفنتشر للسياحة والسفر





هيلين غرينهو
مديرة شركة ولبيينغ إسكيبس

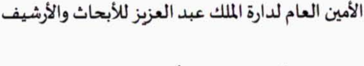
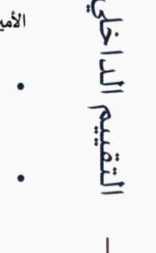
نتاشا شتلوورث
مؤسس شركة وايلد ولنس




يغطي الخبراء المختارون كامل نطاق المعلومات المطلوبة

التقييم الداخلي

الدكتور فهد السماري

الأمين العام لدارة الملك عبد العزيز للأبحاث والأرشيف

- خبرة أكثر من 30 عاماً كمؤرخ متخصص في تاريخ المملكة العربية السعودية وشبه الجزيرة العربية
- يقود مؤسسة الملك عبد العزيز التي تهدف إلى الحفاظ على تاريخ المملكة وتوثيقه

البروفسور عدنان عدس



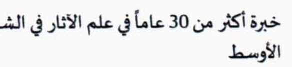
المدير المفوّض لمركز المسكورة للتراث العمراني والمعماري

- خبرة أكثر من 30 عاماً في قيادة مشاريع التطوير الثقافية في المملكة العربية السعودية
- خبرة 10 سنوات كمدير مفوض أول في شركة جدة للتنمية والتطوير العمراني ولمشروع الملك عبد العزيز لتطوير جدة التاريخية
- مستشار لمشاريع ترميم القصور الملكية السعودية

الدكتور آرنولف هوزليتر





استشاري، معهد الآثار الألماني - قسم الشرق

- خبرة أكثر من 30 عاماً في علم الآثار في الشرق الأوسط
- عمل لمدة 15 عاماً في المملكة العربية السعودية في قيادة الأعمال في تيماء والقرية والنسيم والعلا
- قاد الفرق أثناء المرحلة الأولى من الحفريات في العلا

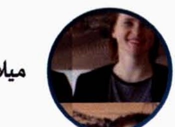
الدكتورة آيلن أوربسلي



باحث ومحاضر في جامعة أكسفورد بروكس

- خبرة أكثر من 20 عاماً من الخبرة في مشاريع التطوير الثقافية والتراثية
- شارك في الهيئة الملكية للعلا وفي ترشيح مواقع التراث العالمي في الشرق الأوسط
- عمل في صياغة الاستراتيجية الوطنية للسياحة 2011 في المملكة العربية السعودية

ميلاني موزنر



مستشارة المركز العربي للتراث

- خبرة أكثر من 15 عاماً في علم الآثار، بما يشمل 8 سنوات في الشرق الأوسط
- انضم إلى المركز العربي الإقليمي للتراث العالمي في عام 2017، وهو متخصص في حفظ التراث وإدارته
- قاد وصاغ خطة الإدارة لموقع تيماء التراثي

التقييم الخارجي

ماركو فالوب




مدير الوجهات في شركة إف تي آي

- خبرة أكثر من 15 عاماً في مجال السفر في مجموعة إف تي آي (واحدة من أكبر 5 شركات سياحية في أوروبا)
- قاد قسم وجهات المجموعة، الذي يغطي 120 موقعاً للعطلات على مستوى العالم
- طور استراتيجية السياحة الزراعية لعدد من الدول بما في ذلك إيطاليا وكرواتيا

سيد بلانكو

مدير البنية التحتية الثقافية في وزارة الثقافة البرازيل

- خبرة أكثر من 15 عاماً في القطاع الحكومي في وزارات الثقافة والإسكان
- مدير سابق للبنية التحتية الثقافية في وزارة الثقافة البرازيلية
- طور السياسات الوطنية حول السياحة الثقافية
- قاد المبادرات لجذب السياح أثناء الفعاليات العالمية في البرازيل (مثل، الألعاب الأولمبية، وكأس العالم)

مات بيرد

مدير العمليات شركة بيك أدفنتشر للسياحة والسفر

- خبرة أكثر من 15 سنة في قطاع السفر للمغامرة في قيادة عدد من الشركات
- مدير العمليات والرئيس التنفيذي لشركة بيك ترافل، وهو مشغل رحلات مغامرة رائد
- خبير في الطريق إلى الأسواق وتحديد مكانة وجهات المغامرة

هيلين غرينهو

مديرة شركة ولبيينغ إسكيبس

- خبرة أكثر من 16 عاماً في سياحة الصحة والرفاه
- مدير المنتجات في مشغل رحلات رائد في مجال الصحة والرفاه
- أنشأت وتعاقد على محافظ ضخمة لوجهات الصحة والرفاه الدولية على مستوى العالم
- متحدث رئيسي عن الصحة والرفاه في معرض السفر العربي

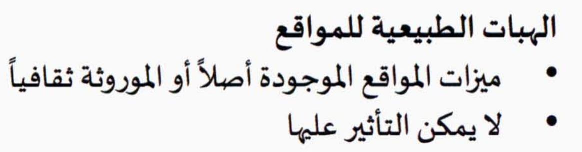
نتاشا شتلوورث

مؤسس شركة وايلد ولنس

- مؤسس شركة وايلد ولنس، وهي شركة سفر تقدم ملاذات العافية التي ترتكز إلى الطبيعة
- أطلق ثلاث شركات مختلفة وهو الآن خبير في السياحة البيئية وسوق العافية



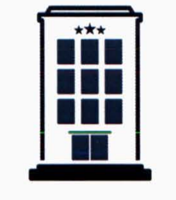
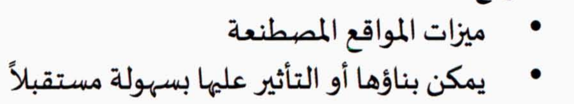
النطاق:
قيّمنا القدرة التنافسية للأصول الطبيعية والتراثية، وليس الأصول المصطنعة

الهبات الطبيعية للمواقع
- ميزات المواقع الموجودة أصلاً أو الموروثة ثقافياً
- لا يمكن التأثير عليها




قُيّمت

الأصول المصطنعة والأنشطة والخدمات الترفيهية في الموقع
- ميزات المواقع المصطنعة
- يمكن بناؤها أو التأثير عليها بسهولة مستقبلاً

لم تُقيّم







تتمتع المملكة بمواقع عالمية المستوى للاستمتاع بالشمس والبحر، ومواقع بارزة للمغامرة، ومواقع ذات إمكانات كبيرة في الصحة والرفاه والثقافة

القدرة التنافسية للمواقع الطبيعية والتراثية في المملكة العربية السعودية




	عالمياً	إقليمياً
الاستمتاع بالشمس والبحر	★★★★★	★★★★★
المغامرة	★★★★	★★★★★
الثقافة والتراث	★★★	★★★★
الصحة والرفاه	★★★	★★★★

الدليل ★★★★★ الخمس 1 ⟵⟶ ★ الخمس 5

ملاحظة: تقسيم المواقع عبر تقسيم توزيع الترتيب إلى 5 مجموعات، إذ يُعد الخُمس 1 من بين الوجهات الرائدة في أغراض السفر المحدّدة.






مثال على الاستمتاع بالشمس والبحر: تم تجميع مواقع المقارنة حسب الخُمس وتبيّن أن المملكة تتمتع بالإمكانات اللازمة لمنافسة وجهات الخُمس الأول

الخمس الأول

الدولة	الموقع
جزر المالديف	لاندا غيرافو
المملكة العربية السعودية (مواقع المملكة)	ساحل البحر الأحمر
المملكة العربية السعودية (مواقع المملكة)	جزر أملا
جمهورية الدومينيكان	بونتا كانا
تايلاند	فرانانغ كيف، أو نانغ

الخمس الثاني

الدولة	الموقع
مصر (المواقع الإقليمية)	شرم الشيخ
موريشيوس	لو مورن
المملكة العربية السعودية (مواقع المملكة)	شاطئ الخبير (نيوم)
المملكة العربية السعودية (مواقع المملكة)	جزر فرسان
أروبا	إيغل بيتش

الخمس الثالث

الدولة	الموقع
سيشيل	سيشيل
قبرص	خليج كونوس، أيا نابا
المملكة العربية السعودية (مواقع المملكة)	شاطئ الرمال الفضية، جدّة
كرواتيا	جزيرة براك
كوبا	فراديرو

الخمس الرابع

الدولة	الموقع
إيطاليا	سباغيا دي كونيلي، صقلية
الولايات المتحدة الأمريكية	شاطئ هونوكالاني، هاواي
تركيا (المواقع الإقليمية)	شاطئ كليوبترا
فرنسا	سانت تروبيز
اليونان	شاطئ كلفتيكو، ميلوز

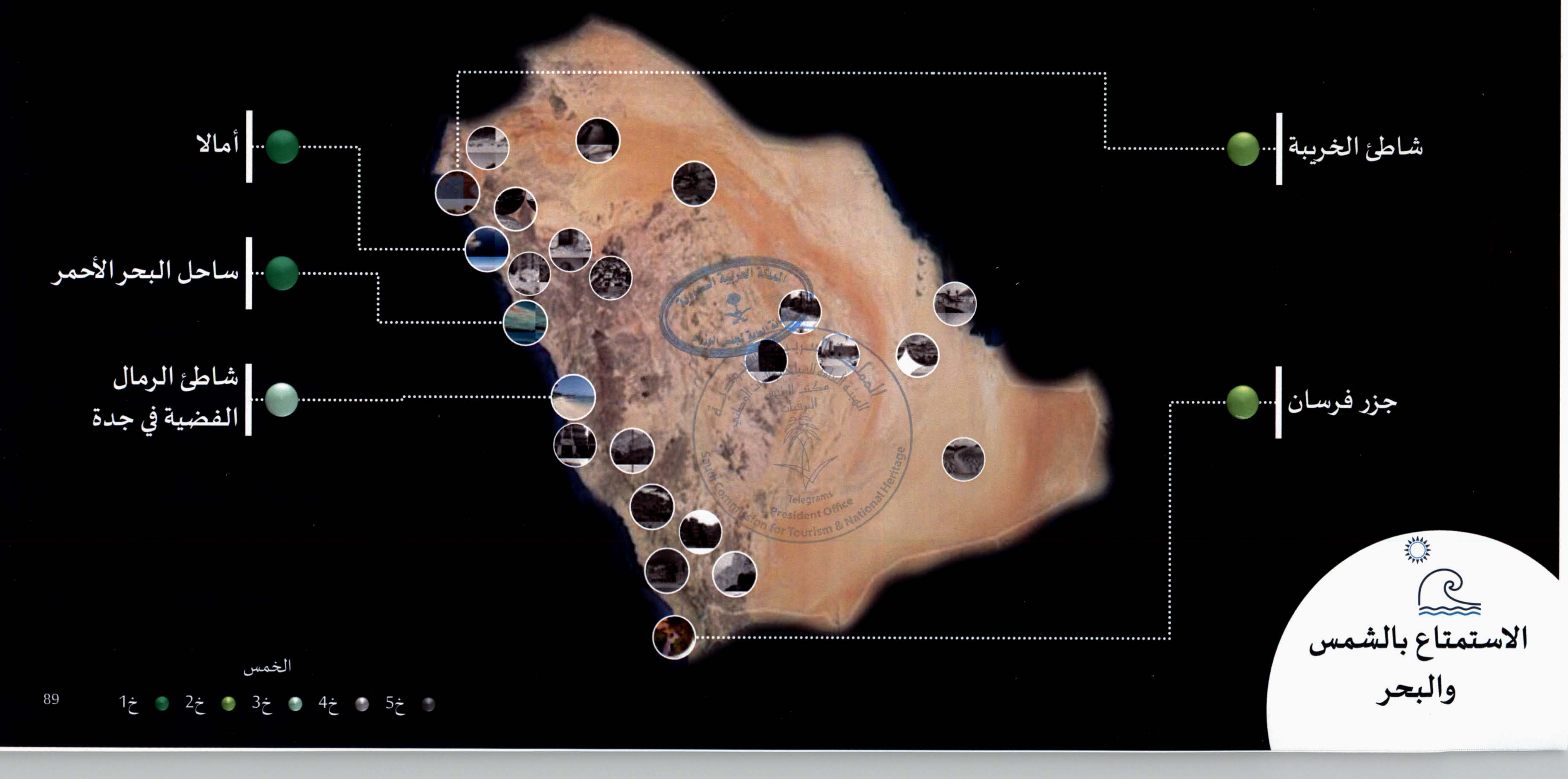
الخمس الخامس

الدولة	الموقع
المملكة العربية السعودية (مواقع المملكة)	هاف مون باي، الخبر
المملكة العربية السعودية (مواقع المملكة)	شاطئ الفناتير، الجبيل
الإمارات العربية المتحدة (المواقع الإقليمية)	شاطئ الطائرات الورقية
البرتغال	شاطئ فاليسيا
الأردن (المواقع الإقليمية)	البحر الميت
المغرب	أغادير
إسبانيا	لا كونشا، سان سباستيان

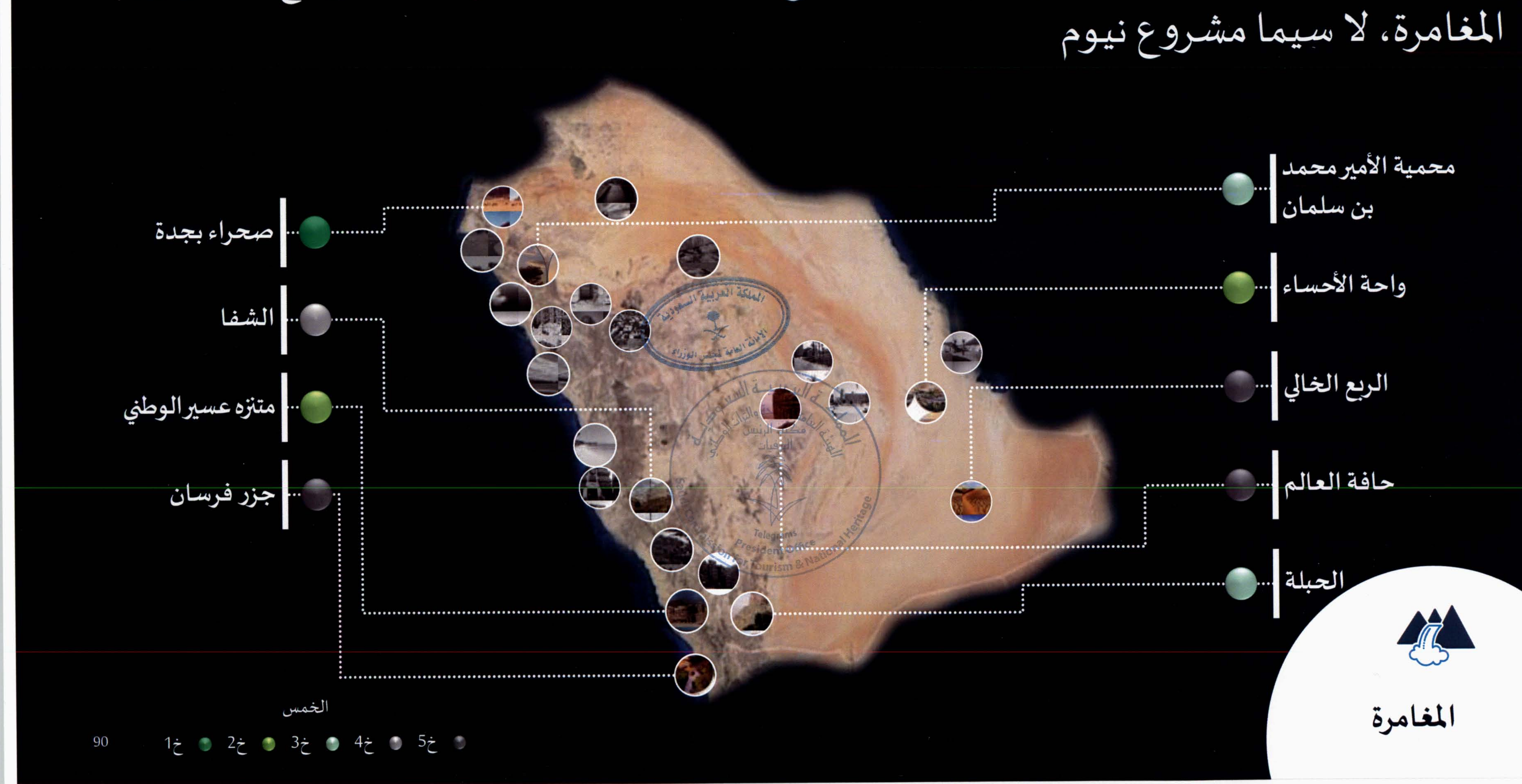
مواقع المملكة — المواقع الإقليمية



القدرة التنافسية: بإمكان المملكة التنافس مع أفضل الوجهات العالمية للاستمتاع بالشمس والبحر بفضل المواقع الرئيسية الممتدة على ساحل البحر الأحمر



القدرة التنافسية: بفضل طبيعتها المتنوعة، تتمتع المملكة بمكانة ممتازة للتنافس مع أفضل وجهات المغامرة، لا سيما مشروع نيوم



القدرة التنافسية: تتمتع المملكة بأساس جيّد للانطلاق منه ويمكنها الاستفادة من 3 مواقع رئيسية للارتقاء بمكانتها على خارطة التراث العالمي



القدرة التنافسية: تُظهر مواقع المملكة الممتدة على طول البحر الأحمر إمكانات قوية لتقديم خدمات الصحة والرفاه



الاستمتاع بالشمس والبحر: إجراء مقارنة معيارية لأبرز الوجهات

المعايير



- تحديد الدول المفضلة للاستمتاع بالشمس والبحر حول العالم وفق استطلاع تي أتش آر [1]
- اختيار أفضل وجهة للاستمتاع بالشاطئ والبحر في كل دولة وفقاً لجائزة المسافر العالمي لعام 2019

الوجهات المختارة

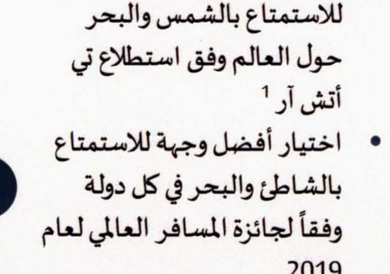
دولياً

الدولة	الوجهة
إسبانيا	سان سباستيان
اليونان	شاطئ كلفتيكو، ميلوز
قبرص	خليج كونوس، أيا نابا
موريشيوس	شاطئ مورن
البرتغال	شاطئ فاليسيا
إيطاليا	سباغيا دي كونيلي، صقلية
تايلاند	شاطئ فرانانغ، أو نانغ
فرنسا	سانت تروبز
جمهورية الدومينيكان	بونتا كانا
الولايات المتحدة الأمريكية	شاطئ هونوكالاي، هاواي
أروبا	إيغل بيتش
سيشيل	شاطئ كلفتيكو، ميلوز
كرواتيا	إل دو براك
كوبا	فراديرو
المغرب	أغادير




إقليمياً

الدولة	الوجهة
تركيا	شاطئ كليوباترا
مصر	شرم الشيخ
الإمارات العربية المتحدة	شاطئ الطائرات الورقية
جزر المالديف	لاندا غيرافو
الأردن	البحر الميت



1. أجري الاستطلاع في عام 2016 على عينة من 5000 شخص تغطي 7 دول في أوروبا والأمريكيتين

المصدر: تي أتش آر، تريب أدفايزر

الاستمتاع بالشمس والبحر: دوافع المستهلكين ومؤشرات الأداء الرئيسية المستخدمة (2/1)

النطاق	دوافع المستهلكين	مؤشرات الأداء الرئيسية المختارة	درجة الجاذبية
تقييم الشاطئ الرئيسي في التجمع	1 هل تقدّم الوجهة المختارة وسائل الراحة؟	موقع الشاطئ	المركز الحضري – بلدة للمنتجعات الشاطئية – منطقة طبيعية
	2 هل الشاطئ هناك خلاب؟	جودة الرمال بناء على اللون وحجم الحبيبات	منخفضة – متوسطة – مرتفعة
		نقاء المياه (مستوى الوضوح)	منخفضة – متوسطة – مرتفعة
		كثافة النباتات	منخفضة – متوسطة – مرتفعة
	3 هل درجة حرارة البحر مناسبة للسباحة؟	عدد المواسم حيث تكون درجة الحرارة جيدة (متوسط درجة الحرارة الشهرية 20-30 درجة مئوية لشهور يناير، وأبريل، ويوليو، وأكتوبر)	0 – 1 – 2 – 3 – 4

عالية الجاذبية
ضئيلة الجاذبية





الاستمتاع بالشمس والبحر: دوافع المستهلكين ومؤشرات الأداء الرئيسية المستخدمة (2/2)

النطاق	دوافع المستهلكين	مؤشرات الأداء الرئيسية المختارة	درجة الجاذبية
تقييم التجمُّع ككل	4 ما هي الحالة الجوية؟	عدد المواسم حيث تكون درجة الحرارة جيدة (متوسط درجة الحرارة الشهرية 20-35 درجة مئوية لشهور يناير، وأبريل، ويوليو، وأكتوبر)	0 – 1 – 2 – 3 – 4
		عدد المواسم حيث يكون مستوى الرطوبة جيّداً (متوسط 40-65%. للرطوبة الشهرية لشهور يناير، وأبريل، ويوليو، وأكتوبر)	0 – 1 – 2 – 3 – 4
		متوسط عدد الأيام التي تتخللها هطول أمطار بالشهر (بالأيام)	أكثر من 10 – 10-4 – 4-0
	5 ما هي جودة المياه المحيطة؟ ما هي الحياة البحرية التي سأشاهدها؟	وجود نقاط غطس معتمدة من اتحاد مدربي الغوص المحترفين PADI	لا – نعم

عالية الجاذبية ■ ضئيلة الجاذبية ■



الاستمتاع بالشمس والبحر: تحتل المواقع السعودية مرتبة عالية على مستوى العالم – لا سيما البحر الأحمر وأملج

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

الخمس	الدولة	الموقع	موقع الشاطئ	جودة الرمال بناء على اللون وحجم الحبيبات	نقاء المياه (مستوى الوضوح)	كثافة النباتات	درجة حرارة المياه	درجة حرارة الجو	الرطوبة	معدل هطول الأمطار	وجود نقاط غطس معتمدة من اتحاد مدربي الغوص المحترفين PADI	وفرة الشعب المرجانية
			هل تقدّم الوجهة المختارة وسائل الراحة؟	هل الشاطئ هناك خلاب؟			هل درجة حرارة البحر مناسبة للسباحة؟	ما هي الحالة الجوية؟			ما هي جودة المياه المحيطة؟ ما هي الحياة البحرية التي سأشاهدها؟	
الخمس الأول	جزر المالديف	لاندا غيرافو	2	3	3	3	4	4	0	1	1	2
	المملكة العربية السعودية	ساحل البحر الأحمر	2	3	3	1	4	3	2	3	1	1
	المملكة العربية السعودية	جزر أملج	2	3	3	1	4	3	2	3	1	1
	جمهورية الدومينيكان	بونتا كانا	2	3	2	3	4	4	0	1	1	2
	تايلاند	فرانانغ كيف، أو نانغ	2	3	2	3	3	4	0	1	1	2
الخمس 2	مصر	شرم الشيخ	0	2	3	2	4	3	2	3	1	2
	موريشيوس	لو مورن	1	3	3	3	4	4	0	1	1	1
	المملكة العربية السعودية	شاطئ الخبير (نيوم)	2	3	3	1	4	3	2	3	0	1
	المملكة العربية السعودية	جزر فرسان	2	3	3	1	2	4	1	3	0	2
	أوروبا	إيغل بيتش	2	3	3	2	4	4	0	1	1	0
الخمس 3	سيشيل	سيشيل	0	3	3	3	4	4	0	1	1	1
	قبرص	خليج كونوس، أيا نابا	2	2	3	2	2	2	3	2	1	0
	المملكة العربية السعودية	شاطئ الرمال الفضية، جدّة	0	2	3	2	2	4	3	3	0	2
	كرواتيا	جزيرة براك	2	2	3	3	2	1	3	1	1	0
	كوبا	فراديرو	1	2	3	2	4	4	0	2	0	2
الخمس 4	إيطاليا	سباغيا دي كونيلي، صقلية	2	3	3	1	2	2	0	3	1	0
	الولايات المتحدة الأمريكية	شاطئ هونوكالاني، هاواي	2	2	1	3	4	4	0	1	1	0
	تركيا	شاطئ كليوبترا	1	2	2	2	2	1	4	2	1	0
	فرنسا	سانت تروبيز	1	3	2	3	2	2	0	2	1	0
	اليونان	شاطئ كلفتيكو، ميلوز	2	3	2	1	2	1	1	2	1	0
الخمس 5	المملكة العربية السعودية	هاف مون باي، الخبر	1	2	1	2	2	2	2	3	1	0
	المملكة العربية السعودية	شاطئ الفناتير، الجبيل	0	2	1	2	3	2	2	3	1	0
	الإمارات العربية المتحدة	شاطئ الطائرات الورقية	0	2	1	1	2	3	3	3	1	0
	البرتغال	شاطئ فاليسيا	1	2	1	2	2	1	1	2	1	0
	الأردن	البحر الميت	2	1	1	1	1	1	3	2	0	0
	المغرب	أغادير	1	2	1	1	2	1	0	3	0	0
	إسبانيا	لا كونشا، سان سباستيان	0	1	2	3	1	1	0	1	0	0

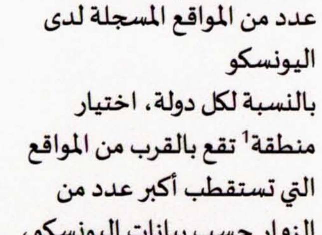
المواقع الإقليمية

درجة الجاذبية: منخفض – متوسط – مرتفع



الثقافة والتراث: إجراء مقارنة معيارية لأبرز الوجهات

المعايير



- تحديد الدول حيث يتواجد أكبر عدد من المواقع المسجلة لدى اليونسكو
- بالنسبة لكل دولة، اختيار منطقة[1] تقع بالقرب من المواقع التي تستقطب أكبر عدد من الزوار حسب بيانات اليونسكو، أو في حال عدم إمكانية تحديد هذه المنطقة، اختيار المنطقة التي تضم معظم المواقع المسجلة لدى اليونسكو

الوجهات المختارة

دولياً

- إيطاليا: كولوسيوم، روما
- إسبانيا: باس سغرادا فام، برشلونة
- ألمانيا: براندنبورغ غيت، برلين
- المكسيك: المركز التاريخي، مكسيكو سيتي
- روسيا: الميدان الأحمر، موسك
- هونغ كونغ: هونغ كونغ[3]
- الصين: المدينة المحرّمة، بكين
- فرنسا: فرساي، باريس
- الهند: تاج محل، دلهي
- المملكة المتحدة: وستمنستر، لندن
- الولايات المتحدة الأمريكية: تمثال الحرية، نيويورك
- سنغافورة: سنغافورة[3]
- اليابان: كيوتو التاريخية
- البرازيل: كريستو ري، ريو
- أستراليا: دار أوبرا سيدني، سيدني
- اليونان: بارثينون، أثينا
- كندا: كيبك القديمة

إقليمياً

- تركيا: المركز التاريخي اسطنبول
- مصر: أهرامات الجيزة، القاهرة
- الأردن: البتراء، معان
- لبنان: جبيل، لبنان
- سلطنة عُمان: حصن بهلاء، سلطنة عُمان





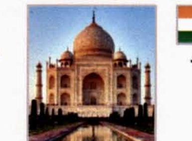












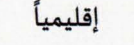













1. بدائرة يستغرق قطع نصف قطرها ساعتين بالسيارة 2. البيانات غير متوفرة للمكسيك وإسبانيا وألمانيا 3. تمّت إضافتها من مدخلات الخبراء بسبب أهميتها للموضوع

المصدر: اليونسكو

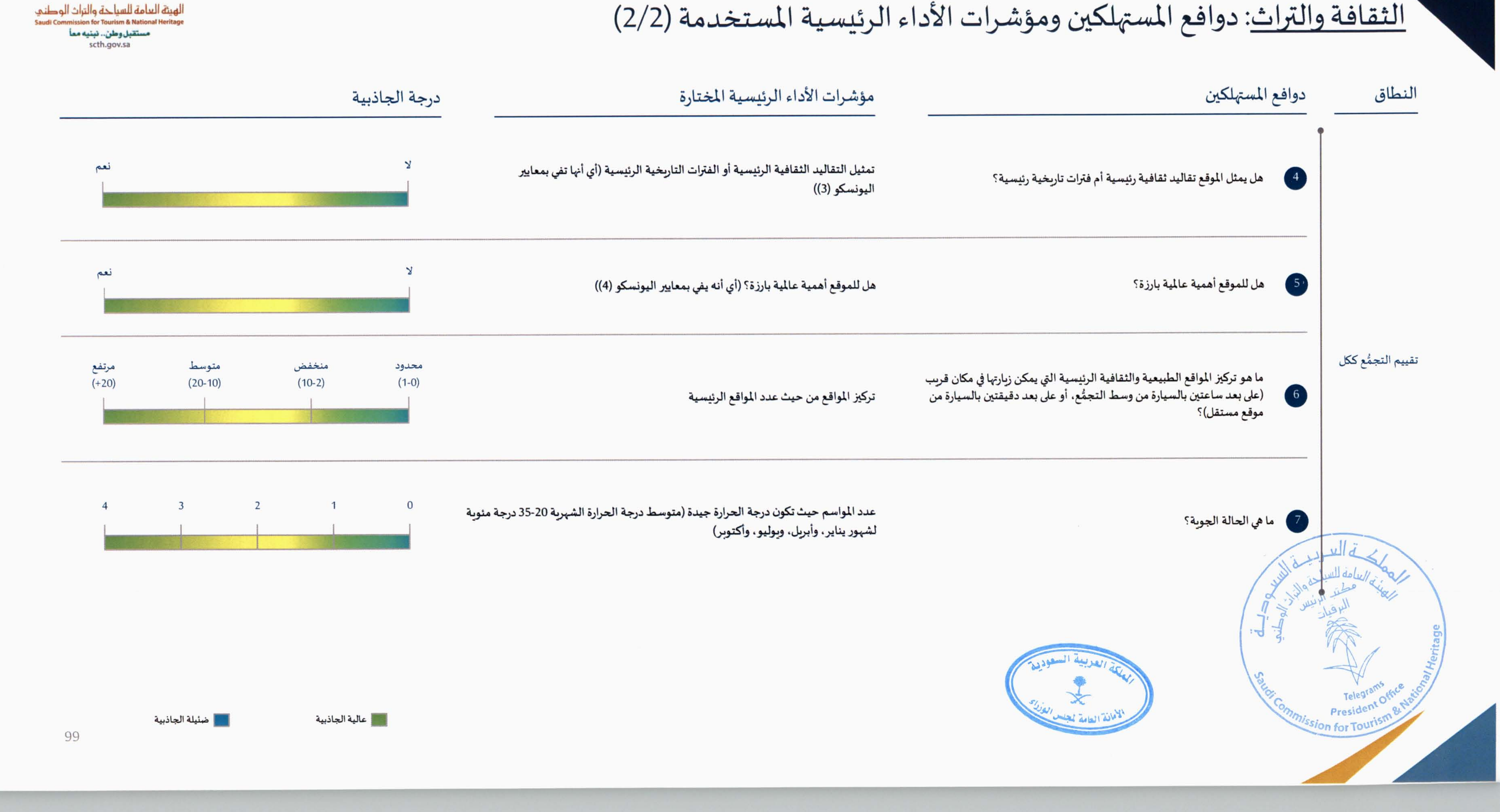


الثقافة والتراث: دوافع المستهلكين ومؤشرات الأداء الرئيسية المستخدمة (2/1)

	دوافع المستهلكين	مؤشرات الأداء الرئيسية المختارة	درجة الجاذبية
تقييم التجمُّع ككل	1 هل هنالك موقع بارز أو ذو أهمية تاريخية؟	عدد المواقع المعترف بها وطنياً أو دولياً ضمن التجمعات	غير معترف به ← معترف به وطنياً ← أحد مواقع اليونسكو ← 4-2 مواقع من مواقع اليونسكو ← أكثر من 5 من مواقع اليونسكو
		كم معيار من معايير اليونسكو موجود في الموقع	0 ← 2-1 ← 3 ← +4
	2 هل الموقع محفوظ جيداً؟	الجهة المسؤولة عن حفظ الموقع	لا ← جهة قائمة ← جهة بمشاريع نشطة
تقييم عامل الجذب الرئيسي في التجمع	3 هل يستحق جماله الزيارة؟	مشار إليه في دليل ميشلن[1]	نجمة واحدة ("مثير للاهتمام") ← نجمتان ("يستحق الجولة") ← 3 نجوم ("يستحق الرحلة")
		مشار إليه في الموقع الإلكتروني "لونلي بلانيت"	غير مشار إليه ← مشار إليه ← مدرج على أنه "موقع بارز"

ضئيلة الجاذبية ■ عالية الجاذبية ■

1. استُخدم الموقع الأكثر صلة المسجّل لدى اليونسكو لتمثيل المواقع السعودية في المقارنة المعيارية


أسواق السياحة حتى 2030
نقطة البداية للمملكة
طموحات عام 2030
الإجراءات
الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa
الثقافة والتراث: دوافع المستهلكين ومؤشرات الأداء الرئيسية المستخدمة (2/2)
النطاق
دوافع المستهلكين
مؤشرات الأداء الرئيسية المختارة
درجة الجاذبية
تقييم التجمُّع ككل
4
هل يمثل الموقع تقاليد ثقافية رئيسية أم فترات تاريخية رئيسية؟
تمثيل التقاليد الثقافية الرئيسية أو الفترات التاريخية الرئيسية (أي أنها تفي بمعايير اليونسكو (3))
لا
نعم
5
هل للموقع أهمية عالمية بارزة؟
هل للموقع أهمية عالمية بارزة؟ (أي أنه يفي بمعايير اليونسكو (4))
لا
نعم
6
ما هو تركيز المواقع الطبيعية والثقافية الرئيسية التي يمكن زيارتها في مكان قريب (على بعد ساعتين بالسيارة من وسط التجمُّع، أو على بعد دقيقتين بالسيارة من موقع مستقل)؟
تركيز المواقع من حيث عدد المواقع الرئيسية
محدود (1-0)
منخفض (10-2)
متوسط (20-10)
مرتفع (+20)
7
ما هي الحالة الجوية؟
عدد المواسم حيث تكون درجة الحرارة جيدة (متوسط درجة الحرارة الشهرية 20-35 درجة مئوية لشهور يناير، وأبريل، ويوليو، وأكتوبر)
0
1
2
3
4
عالية الجاذبية
ضئيلة الجاذبية
99



الثقافة والتراث: تضم المملكة 3 مواقع رئيسية يمكن الاستفادة منها في أعلى 3 أخماس



الخمس	الدولة	الموقع	مواقع معترف بها دولياً	عدد معايير اليونسكو المستوفاة	الجهة المسؤولة عن حفظ الموقع	تصنيف ميشلين	تصنيف لونلي بلانيت	معايير اليونسكو (3)	معايير اليونسكو (6)	تركيز المواقع	درجة حرارة الجو
			هل هنالك موقع بارز أو ذو أهمية تاريخية؟		هل الموقع محفوظ جيداً؟	هل الموقع جميل وممتع ويستحق الزيارة؟		هل يمثل الموقع ثقافة أو فترة تاريخية؟	هل للموقع قيمة عالمية؟	ما هو تركيز المواقع السياحية؟	ما هي الحالة الجوية؟
الخمس الأول	فرنسا	قصر فرساي، باريس	3	3	2	3	2	1	1	3	1
	إيطاليا	وسط روما التاريخي	3	3	1	3	1	1	1	3	2
	مصر	أهرامات الجيزة، القاهرة	2	2	2	3	2	1	1	1	3
	اليونان	بارثينون، اليونان	1	3	2	3	2	1	1	2	3
	البرتغال	لشبونة التاريخية، المدينة العالمية	3	3	2	2	1	1	1	1	3
	تركيا	اسطنبول التاريخية	1	3	2	3	2	1	0	3	2
الخمس الثاني	المكسيك	وسط مكسيكو سيتي التاريخي	3	3	2	2	2	1	0	1	3
	المملكة العربية السعودية	الدرعية في الرياض	1	2	2	3	1	1	1	1	3
	الصين	المدينة المحرّمة، بكين	2	3	1	2	2	1	0	3	1
	روسيا	الميدان الأحمر، موسك	2	3	1	3	2	0	1	2	1
	المملكة العربية السعودية	موقع الحجر (مدائن صالح)، المملكة العربية السعودية	1	1	2	3	2	1	0	1	3
الخمس الثالث	المملكة العربية السعودية	جدة التاريخية	1	2	1	3	2	0	1	1	3
	الأردن	البتراء، معان	2	2	1	3	2	1	0	0	3
	البرازيل	كاريوكا لاندسكيبس، ريو دي جانيرو	1	1	1	3	2	0	1	1	4
	لبنان	جبيل	2	2	0	2	2	1	0	1	3
	ألمانيا	براندنبورغ غيت، برلين	3	2	2	2	1	0	0	3	1
الخمس الرابع	المملكة المتحدة	وستمنستر، لندن	3	2	1	3	2	0	0	3	1
	إسبانيا	باسيليكا ديلا سغرادا فاميغليا، برشلونة	2	2	0	3	2	0	0	3	2
	المملكة العربية السعودية	واحة الأحساء، المملكة العربية السعودية	1	2	1	3	0	1	0	1	3
	الولايات المتحدة الأمريكية	تمثال الحرية، نيويورك	1	1	2	2	1	0	1	1	1
	اليابان	مدينة كيوتو التاريخية	2	1	2	2	1	0	0	2	2
الخمس الخامس	أستراليا	دار أوبرا سيدني، سيدني	2	1	2	2	1	0	0	1	3
	الهند	تاج محل، دلهي	2	1	1	3	2	0	0	1	1
	هونغ كونغ	معبد مان مو	0	0	2	3	2	0	0	1	3
	سنغافورة	الحدائق الطبيعية في سنغافورة	0	1	2	2	2	0	0	1	2
	المملكة العربية السعودية	الفنون الصخرية في منطقة حائل، المملكة العربية السعودية	1	1	1	1	1	1	0	0	2
	المملكة العربية السعودية	قصر المصمك، الرياض	0	0	2	2	2	0	0	1	2
	المملكة العربية السعودية	رجال ألمع (السودة)	0	1	2	2	0	0	0	1	3
	سلطنة عُمان	حصن بهلاء	2	1	1	1	1	0	0	0	3
	كندا	كيبك القديمة	0	1	1	2	1	0	0	2	1
	المملكة العربية السعودية	مركز الملك عبد العزيز، الدمام	0	0	1	2	1	0	0	1	3
	المملكة العربية السعودية	قرية الوجه	0	0	0	2	1	0	0	1	4
	المملكة العربية السعودية	دومة الجندل	0	1	1	2	0	0	0	0	3
	المملكة العربية السعودية	ذي عين	0	1	1	2	0	0	0	0	3

المواقع الإقليمية

درجة الجاذبية: منخفض · متوسط · مرتفع








المغامرة: مقارنات معيارية لأبرز الوجهات

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

المعايير

ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION

- تحديد الدول التي تتمتع بأكبر الإمكانات وفقاً لمؤشر تطور سياحة المغامرة
- اختيار أفضل وجهة في كل دولة وفق أبرز المواقع الإلكترونية للسفر لغرض المغامرة[1]

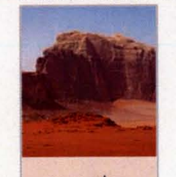


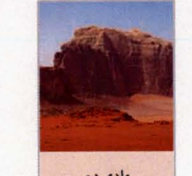
الوجهات المختارة











دولياً

الدولة	الوجهة
آيسلندا	ريكيافيك
ألمانيا	ميونيخ، بافاريا
النرويج	فوس
كندا	ويسلر
المملكة المتحدة	ليك دستريكت
سويسرا	سانت موريتز
نيوزيلندا	كوينز تاون
بوتان	ثيمبو
فنلندا	لابلاند
أستراليا	فلايندرز رينجز
السويد	بوهسلان
تشيلي	تور ديل بين
كينيا	ماونت كينيا
الأوروغواي	ماونت فيديو
فرنسا	شامونكس

إقليمياً

الدولة	الوجهة
الأردن	وادي رم
الإمارات العربية المتحدة	رأس الخيمة
تركيا	جبل عرارات
سلطنة عُمان	الجبل الأخضر




1 أجري الاستطلاع في عام 2016 على عينة من 5000 شخص تغطي 7 دول في أوروبا والأمريكيتين
المصدر: تي أتش آر، ترب أدفايزر



المغامرة: دوافع المستهلكين ومؤشرات الأداء الرئيسية المستخدمة (2/1)

النطاق	دوافع المستهلكين	مؤشرات الأداء الرئيسية المختارة	درجة الجاذبية
تقييم وجهة المغامرة الرئيسية في التجمع	1 هل المواقع الطبيعية مميزة؟	هل الموقع الطبيعي معترف به ومحمي	لا يوجد – معترف به وطنياً – من مواقع اليونسكو
	2 ما هي الحالة الجوية في الموقع؟	عدد المواسم حيث تكون درجة الحرارة جيدة (متوسط درجة الحرارة الشهرية 20-35 درجة مئوية لشهور يناير، وأبريل، ويوليو، وأكتوبر)	0 – 1 – 2 – 3 – 4
		عدد المواسم حيث يكون مستوى الرطوبة جيّداً (متوسط 40-65%. للرطوبة الشهرية لشهور يناير، وأبريل، ويوليو، وأكتوبر)	0 – 1 – 2 – 3 – 4
		متوسط عدد الأيام مع هطول أمطار بالشهر (بالأيام)	أكثر من 10 – 4-10 – 0-4
تقييم التجمع ككل	3 ما هي الأنشطة التي يمكنني القيام بها في الجبال؟ (على سبيل المثال، الرحلات، والتسلق، وركوب قوارب الكاياك وقوارب الكانو، والتسلق عبر المسار المخصص)	ارتفاع أعلى قمة جبل بالأمتار	غير محدد – أقل من 1000 – 1000-3000 – أكثر من 3000
		وجود المنحدرات (مثلاً، للتسلق، والمسار المحمي لممارسة مغامرة التسلق...)	لا – نعم – الأنشطة متوفرة
		وجود نهر (مثلاً، لممارسة ركوب الطوف وقوارب الكانو)	لا – نعم – الأنشطة متوفرة



المغامرة: دوافع المستهلكين ومؤشرات الأداء الرئيسية المستخدمة (2/2)



النطاق	دوافع المستهلكين	مؤشرات الأداء الرئيسية المختارة	درجة الجاذبية
تقييم التجمُّع ككل	4 ما مدى تنوع الصحراء؟ ما أنواع الأنشطة التي يمكنني القيام بها؟ (مثل، ركوب الكثبان الرملية، التزلج على الرمال باللوح، الانزلاق بالحبل)	تنوع الصحراء	غير محددة – صحراء صخرية – صحراء رملية – صحراء مختلطة
	5 هل هو مكان رائع للرياضات المائية (مثل، ركوب الأمواج، ركوب الأمواج باستخدام الطائرات الورقية	ارتفاع الأمواج	غير محددة – أقل من 0.3 – 2.0-0.3 – أكثر من 2.0
		سرعة الرياح	أقل من 10 – 20-10 – أكثر من 20
	6 هل هنالك غابة؟	وجود غابة (مثل، مسار التنزه)	لا – نعم – الأنشطة متوفرة



المغامرة: تبدو المملكة في وضع ممتاز للمنافسة مع أفضل الوجهات، إذا يقع مشروع نيوم في الخمس الأول ووجهتان في الخمس الثاني

الخمس	الدولة	الموقع	هل المواقع الطبيعية مميزة؟ الاعتراف بالموقع الطبيعي	ما هي الحالة الجوية في الموقع؟ درجة حرارة الجو	الرطوبة	معدل هطول الأمطار	ما هي الأنشطة التي يمكنني القيام بها في الجبال؟ ارتفاع قمة الجبل بالأمتار	وجود المنحدرات	وجود نهر	ما مدى تنوع الصحراء؟ تنوع الصحراء	هل هو مكان رائع للرياضات المائية ورياضة الريح؟ ارتفاع الأمواج	سرعة الرياح	هل هنالك غابة؟ وجود غابة
الخمس الأول	الولايات المتحدة الأمريكية	متنزه يلوستون الوطني	3	1	3	2	3	2	2	0	0	1	2
	كينيا	ماونت كينيا	2	4	1	1	3	2	2	0	0	1	2
	المملكة العربية السعودية	صحراء بجدة (نيوم)	2	4	4	2	2	1	0	3	2	1	0
	أستراليا	فلايندرز رينجز	2	3	3	1	2	2	0	2	0	1	2
	الأردن	وادي رم	3	4	4	2	2	2	0	3	1	0	0
الخمس الثاني	سويسرا	سانت موريتز	2	1	0	1	3	2	2	0	0	1	2
	نيوزيلندا	كوينز تاون	1	1	2	0	2	2	2	0	3	1	2
	المملكة العربية السعودية	جبل السودة (عسير)	2	4	4	1	3	1	0	1	0	1	1
	النرويج	فوس	2	1	1	0	2	2	2	0	1	1	2
	المملكة العربية السعودية	واحة الأحساء	3	3	3	2	1	0	1	2	1	1	0
الخمس الثالث	فنلندا	لابلاند	2	1	0	1	2	2	2	0	0	1	2
	المملكة العربية السعودية	محمية الأمير محمد بن سلمان الطبيعية (أمالا)	2	4	4	2	1	1	0	3	0	1	0
	تشيلي	متنزه تور ديل بين الوطني	2	0	0	1	2	2	2	0	3	0	2
	كوريا	بوخانسان	2	3	3	0	1	2	2	0	1	0	2
	المملكة العربية السعودية	الحبلة	2	4	2	1	3	1	0	1	0	1	1
الخمس الرابع	الإمارات العربية المتحدة	رأس الخيمة	1	3	4	2	2	2	0	3	2	0	0
	ألمانيا	ميونيخ، بافاريا	2	1	0	0	2	2	2	0	0	1	2
	فرنسا	شامونكس	3	1	0	0	3	2	2	0	0	0	2
	المملكة المتحدة	ليك دستريكت	3	2	0	0	1	2	2	0	1	0	2
	بوتان	ثيمبو	1	3	3	0	3	2	2	0	0	0	2
الخمس الخامس	مصر	القاهرة	1	4	4	2	1	0	2	2	0	1	0
	السويد	بوهسلان	2	1	0	0	0	2	2	0	1	1	2
	المملكة العربية السعودية	صحراء الربع الخالي	2	4	4	2	1	0	0	2	0	1	0
	المملكة العربية السعودية	جبال الشفا	2	4	4	2	2	2	0	1	0	0	0
	الأوروغواي	مونتيفيديو	1	3	1	1	1	0	2	0	1	1	2
	سلطنة عُمان	الجبل الأخضر	1	3	2	1	3	2	0	1	0	0	2
	آيسلندا	ريكيافيك	3	1	0	0	1	2	2	0	2	1	0
	المملكة العربية السعودية	بركان الحرة (المملكة العربية السعودية)	2	3	4	2	2	0	0	1	0	1	0
	كندا	ويسلر	1	1	1	0	2	2	2	0	1	0	2
	نيبال	كاتماندو	2	3	1	0	2	0	2	0	0	0	2
	المملكة العربية السعودية	حافة العالم (القدية)	0	3	1	2	1	2	0	3	0	1	0
	المملكة العربية السعودية	جزر فرسان	1	4	2	2	0	0	0	0	2	1	0
	تركيا	جبل عرارات	2	3	3	1	3	0	0	0	0	0	0

المواقع الإقليمية

درجة الجاذبية: منخفض | متوسط | مرتفع



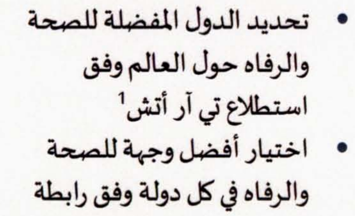
الصحة والرفاه: إجراء مقارنة معيارية لأبرز الوجهات

المعايير

Condé Nast Traveller

- تحديد الدول المفضلة للصحة والرفاه حول العالم وفق استطلاع تي آر أتش[1]
- اختيار أفضل وجهة للصحة والرفاه في كل دولة وفق رابطة المدن الحرارية التاريخية الأوروبية، وكوندي ناست ومجالس السياحة الوطنية[1]

الوجهات المختارة



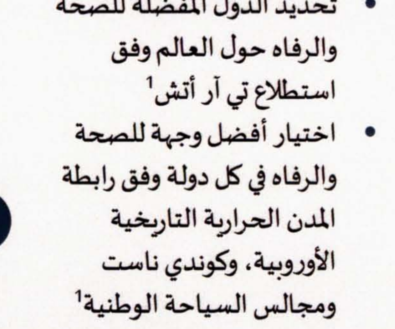
دولياً

الدولة	الوجهة
اليابان	جبل فوجي
جمهورية التشيك	كارلوري فاري
ألمانيا	بادن بادن
المكسيك	كانكون
إسبانيا	إيبيثا
تايلاند	بوكيت
النمسا	زيل أم سي
سويسرا	لوكرباد
إندونيسيا	بالي
سيشيل	سيشيل
الصين	غوانزو
سيريلانكا	كولومبو
فيتنام	دا نانغ
الهند	نارندرا ناغار
جنوب أفريقيا	كلان وبليام



إقليمياً

الدولة	الوجهة
تركيا	أنتاليا
الإمارات العربية المتحدة	دبي
الأردن	البحر الميت





1. أجري الاستطلاع في عام 2016 على عينة من 5000 شخص تغطي 7 دول في أوروبا والأمريكيتين

المصدر: تي أتش آر، تريب أدفايزر

الصحة والرفاه: دوافع المستهلكين ومؤشرات الأداء الرئيسية المستخدمة (2/1)

النطاق	دوافع المستهلكين	مؤشرات الأداء الرئيسية المختارة	درجة الجاذبية
تقييم التجمُّع ككل	1 ما هي سمعة الوجهة؟	توفر الموارد الطبيعية والمحلية مع الفوائد الصحية (العناصر الموهوبة والملموسة والطبيعية)	لا ← نعم
		التاريخ والثقافة المعترف بها للرفاه داخل البلاد	منخفضة ← متوسطة ← مرتفعة
	2 هل المنطقة المحيطة جذابة؟	الاعتراف بالمواقع الطبيعية المحيطة (ضمن ساعة واحدة بالسيارة)	لا توجد ← موقع طبيعي ← مواقع معترف بها وطنياً ← أحد مواقع اليونسكو ← عدة مواقع مسجلة لدى يونسكو
		الاعتراف بالمواقع الثقافية المحيطة (ضمن ساعة واحدة بالسيارة)	لا توجد ← موقع ثقافي ← مواقع معترف بها وطنياً ← أحد مواقع اليونسكو ← عدة مواقع مسجلة لدى يونسكو
		عدد من مناطق الجذب السياحي ضمن دائرة نصف قطرها يستغرق قيادة بالسيارة لمدة ساعتين	5-1 ← 10-6 ← أكثر من 10





الصحة والرفاه: دوافع المستهلكين ومؤشرات الأداء الرئيسية المستخدمة (2/2)

النطاق	دوافع المستهلكين	مؤشرات الأداء الرئيسية المختارة	درجة الجاذبية
تقييم التجمُّع ككل	3 كيف تبدو مستويات التلوث؟	مستويات التلوث الضوضائي	ضمن منطقة حضرية – ضمن منطقة ريفية – معزولة
		مستويات تلوث الهواء (مؤشر تلوث الهواء في الوقت الحقيقي)	500-301 – 300-201 – 200-151 – 150-101 – 100-51 – 50-0
	4 ما هي الحالة الجوية؟	عدد المواسم حيث تكون درجة الحرارة جيدة (متوسط درجة الحرارة الشهرية 20-35 درجة مئوية لشهور يناير، وأبريل، ويوليو، وأكتوبر)	0 – 1 – 2 – 3 – 4
		عدد المواسم حيث يكون مستوى الرطوبة جيّداً (متوسط 40-65%. للرطوبة الشهرية لشهور يناير، وأبريل، ويوليو، وأكتوبر)	0 – 1 – 2 – 3 – 4
		متوسط عدد الأيام مع هطول الأمطار بالشهر (بالأيام)	أكثر من 10 – 10-4 – 4-0

الصحة والرفاه: يمكن للمملكة العربية السعودية منافسة الوجهات الرائدة في أول خمسين





الخمس	الدولة	الموقع	نوع الموقع	ما هي سمعة الوجهة؟ توفر الموارد الطبيعية والمحلية مع الفوائد الصحية	ما هي سمعة الوجهة؟ تاريخ الصحة والرفاه في البلاد	هل المنطقة المحيطة جذابة؟ الاعتراف بالمواقع الطبيعية	هل المنطقة المحيطة جذابة؟ الاعتراف بالمواقع الثقافية المحيطة	هل المنطقة المحيطة جذابة؟ عدد السياح الذين يتم جذبهم ضمن مسافة ساعتين بالسيارة	كيف تبدو مستويات التلوث؟ مستويات التلوث الضوضائي	كيف تبدو مستويات التلوث؟ تلوث الهواء	ما هي الحالة الجوية؟ درجة حرارة الجو	ما هي الحالة الجوية؟ الرطوبة	ما هي الحالة الجوية؟ معدل هطول الأمطار
الخمس الأول	الأردن	البحر الميت	المواقع الإقليمية	1	2	2	4	1	3	2		3	2
الخمس الأول	اليابان	جبل فوجي		1	3	3	4	2	2	3	1	2	0
الخمس الأول	إندونيسيا	بالي		1	3	2	3	3	2	3	4	0	0
الخمس الأول	هنغاريا	بودابست		1	2	2	4	3	1	3	0	2	1
الخمس الأول	المملكة العربية السعودية	أملا	مواقع المملكة	0	1	2	1	1	3	3	3	4	2
الخمس الثاني	سويسرا	لوكرباد		1	2	2	4	1	3	2	0	0	2
الخمس الثاني	المملكة العربية السعودية	البحر الأحمر	مواقع المملكة	1	1	1	1	1	3	3	3	1	2
الخمس الثاني	تايلاند	بوكيت		1	3	2	1	3	1	3	4	0	0
الخمس الثاني	تركيا	أنتاليا	المواقع الإقليمية	1	3	3	2	2	1	3	1	0	1
الخمس الثاني	الصين	غوانزو		1	3	2	3	3	1	2	3	0	0
الخمس الثالث	جنوب أفريقيا	كلان ويليام		0	1	3	1	1	2	3	2	4	2
الخمس الثالث	ألمانيا	بادن بادن		1	3	3	4	1	2	3	0	0	0
الخمس الثالث	فيتنام	دا نانغ		1	2	2	4	1	1	3	4	0	0
الخمس الثالث	النمسا	زيل أم سي		1	2	2	4	1	2	3	0	0	1
الخمس الثالث	سريلانكا	كولومبو		1	3	1	3	2	1	2	4	0	0
الخمس الرابع	الهند	نارندرا ناغار		1	2	1	1	2	2	2	2	2	1
الخمس الرابع	جمهورية التشيك	كارلوفي فاري		1	2	2	4	2	2	3	0	0	0
الخمس الرابع	إسبانيا	إبيثا		0	2	3	3	3	1	3	1	0	1
الخمس الرابع	المملكة العربية السعودية	شاطئ الخبير (نيوم)	مواقع المملكة	0	1	2	0	1	3	2	2	4	2
الخمس الرابع	المملكة العربية السعودية	متنزه عسير الوطني	مواقع المملكة	0	1	2	2	1	2	3	2	2	2
الخمس الخامس	المكسيك	كانكون		1	1	2	3	2	1	2	4	0	0
الخمس الخامس	فرنسا	فيشي		1	3	1	4	1	2	3	0	0	0
الخمس الخامس	المملكة العربية السعودية	الحيلة	مواقع المملكة	0	1	2	1	1	2	3	2	2	2
الخمس الخامس	سيشيل	سيشيل		0	1	3	1	1	3	3	4	0	0
الخمس الخامس	الإمارات العربية المتحدة	دبي	المواقع الإقليمية	0	1	0	3	3	1	1	2	2	2

مواقع المملكة — المواقع الإقليمية — درجة الجاذبية: منخفض، متوسط، مرتفع



تتجاوز الوجهات الرائدة نطاق المواقع الطبيعية والتراثية لاستقطاب السياح العالميين

عدد القادمين من خارج البلاد (بالألف)

25,000
15,000
10,000
5,000
0

استمرت بعض الوجهات الرئيسية في النجاح رغم محدودية الموارد الطبيعية

هونغ كونغ
دبي
نيويورك، الولايات المتحدة
نيودلهي، الهند
سنغافورة

باريس، فرنسا
إسطنبول، تركيا
غوانزو، الصين
بوكيت، تايلاند
برشلونة، إسبانيا
بالي، إندونيسيا
كانكون، المكسيك
برلين، ألمانيا
أثينا، اليونان
موسكو، روسيا
بودابست، هنغاريا
يلو ستون، الولايات المتحدة الأمريكية
وسلر، كندا
بونتا كانا، جمهورية الدومينيكان
ريو دي جانيرو، البرازيل
مكسيكو سيتي، المكسيك
إبيزا، إسبانيا
لابلاند، فنلندا
لا كونشا، إسبانيا
شرم الشيخ، مصر
ليك دستريكت، المملكة المتحدة
فارو، البرتغال
سانت تروبيز، فرنسا
ميل، جزر المالديف
جبل فوجي، اليابان
سانت موريتز، سويسرا

90 80 70 60 50 40

النتيجة من تقييم القدرة التنافسية للأصول الطبيعية والتراثية

الاستمتاع بالشمس والبحر
الثقافة والتراث
المغامرة
الصحة والرفاه

المصدر: يورومونيتور، ودائرة السياحة والتسويق التجاري

تشكّل دبي وهونج كونج وسنغافورة فقط ثلاثة أمثلة على كيفية تكملة المواقع الطبيعية

	من	إلى	كيف
دبي	  1990 | 450 ألف زيارة	2018 | 16 مليون زيارة	• الاستراتيجية الطموحة "البناء لاستقطاب الزوار" • موقع استراتيجي بين الشرق والغرب
هونغ كونغ 	 1980 | 3 مليون زيارة	2018 | 24 مليون زيارة	• تراث مختلط باعتبارها مدينة كانتونية وعالمية تتحدث الإنجليزية • القرب من الصين والاتصال القوي
سنغافورة  	 1990 | 5 مليون زيارة	2018 | 11 مليون زيارة	• بنية تحتية نظيفة وحديثة("سويسرا آسيا") • الأصول الطبيعية والمصطنعة المتاحة (مثل الأدغال)

المصدر: منظمة السياحة العالمية، ودائرة السياحة والتسويق التجاري

بدأت المملكة بتكملة مواقعها الطبيعية والتراثية عبر 8 مشاريع ضخمة من المقرر إطلاقها في الأعوام الثلاثة القادمة

بالمواءمة مع خطط المشاريع العملاقة



2020

2021

2022



سيتم تأكيد تاريخ الإطلاق لاحقاً

سلوان



العُلا



بوابة الدرعية



القدية

مشروع البحر الأحمر

السودة



مشروع نيوم



أمالا

المواقع البارزة المطورة: تعمل المملكة على تكملة 16 من مواقعها الطبيعية والتراثية الـ24 عن طريق تنفيذ مشاريع تطوير سياحية مهمة



المواقع ذات الإمكانات الكبيرة المطوّرة: تعمل المملكة على تطوير 5 من مواقعها الـ 38 ذات الإمكانات الكبيرة



موقع بمستوى مرتفع من التطوير

موقع بمستوى مرتفع من التطوير بقيادة الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

المواقع البارزة المطوّرة: تعمل المملكة على تكملة 16 من مواقعها البارزة الطبيعية والتراثية الـ24 عن طريق تنفيذ مشاريع تطوير سياحية مهمة

المواقع البارزة بمستوى مرتفع من التطوير

جزء من المشاريع العملاقة

1.-2. مشروع نيوم

3.-4. أمالا

5.-6. العلا

7.-8. البحر الأحمر

9. القدية

10. بوابة الدرعية

11. سلوان

12.-13. السودة

ليس جزء من المشاريع العملاقة

14 جزر فرسان

15. الهدا والشفا

16. مركز الملك عبد العزيز الثقافي

المواقع البارزة الأخرى

مشاريع تطوير محدودة قيد التنفيذ

17. ذي عين

18. الشاطئ الفضي

19 جدة البلدة القديمة

20. المصمك

21 واحة الأحساء

22. دومة الجندل

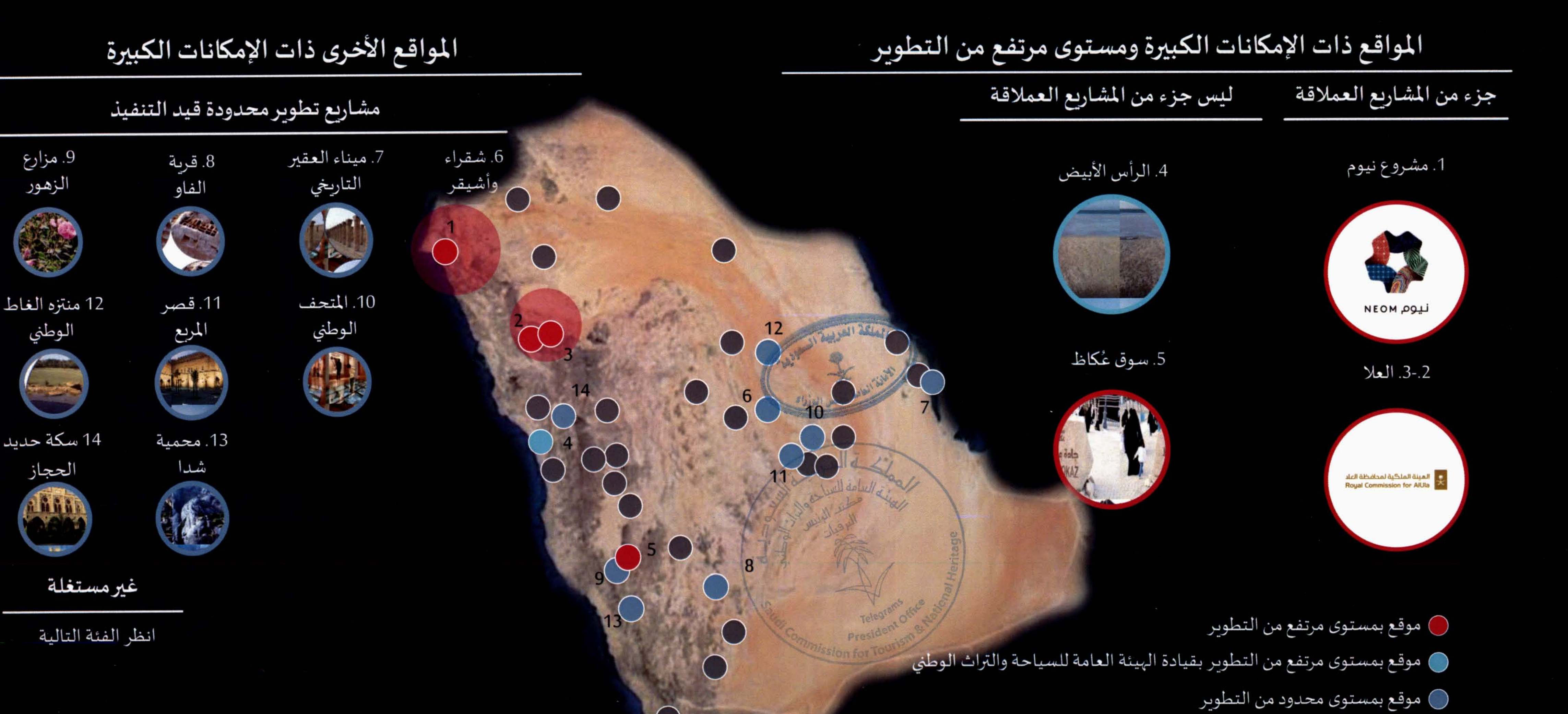
23 صحراء الربع الخالي

غير مستغلة

24. الفنون الصخرية (حائل)

- موقع بمستوى مرتفع من التطوير
- موقع بمستوى مرتفع من التطوير بقيادة الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
- موقع بمستوى محدود من التطوير
- موقع غير مستغل

المواقع ذات الإمكانات الكبيرة المطوّرة: تعمل المملكة على تطوير 5 من مواقعها الـ 38 ذات الإمكانات الكبيرة





تحتوي المواقع المصنّفة كمواقع بمستوى تطوير مرتفع جميعها على أكثر من 2,500 غرفة فندقية أو نفقات رأسمالية تزيد قيمتها على 2.5 مليار ريال سعودي

الفئة	اسم المشروع (اسم ورقم الموقع البارز)	عدد الغرف الفندقية[1] (2030)	النفقات الرأسمالية المقدرة[2] (ريال سعودي)	سنة الإطلاق المتوقعة
مشروع عملاق	نيوم (1-2)	35,000	82 مليار	2021
	أمالا (3-4)	2,525	50 مليار	2021
	العلا (5-6)	5,500	يحدد لاحقاً	2021
	البحر الأحمر (7-8)	7,900	82 مليار	2022
	القدية (9)	1,400	قيد الدراسة[3]	2022
	بوابة الدرعية (10)	1,300	51 مليار	يحدد لاحقاً
	سلوان (11)	11,800[4]	يحدد لاحقاً	يحدد لاحقاً
	السودة (12-13)	2,500[4]	يحدد لاحقاً	2022
مشروع غير عملاق	جزر فرسان (14)	2,750	5.6 مليار	يحدد لاحقاً
	الهدا والشفا (15)	200	3.4 مليار	يحدد لاحقاً
	مركز الملك عبد العزيز الثقافي (16)	غير محدد	غير معلنة[5]	تم الإطلاق
	الرأس الأبيض (إمكانات كبيرة[6] - 4)	5,100	يحدد لاحقاً	يحدد لاحقاً
	سوق عُكاظ (إمكانات كبيرة[6] - 5)	أكثر من 3,500[7]	يحدد لاحقاً	يحدد لاحقاً

مشروع بقيادة الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

1. عدد الغرف المتوقعة بحلول 2030 2. النفقات الرأسمالية التراكمية حتى 2030 (بالمليار ريال سعودي) 3. ما تزال قيد التقدير، إلا أن أصول المرحلة الأولى الأولية تفوق 5 مليار ريال سعودي 4. ما تزال الأرقام الأولية قيد الدراسة 5. يقدر أن تزيد عن 2.5 مليار ريال سعودي، إذ تقدر تكاليف البناء وحدها بأكثر من 1.5 مليار ريال سعودي، وبناءً على التكاليف المقدرة لتطوير متحف اللوفر في أبو ظبي 6. لا يوجد مواقع بارزة في المشروع، وقد تم إدراج عدد المواقع "ذات الإمكانات الكبيرة" 7. استناداً إلى الأعمال المعتادة المقدرة للمشروع



<u>المواقع المطورة</u>: مشاريع تطوير المواقع البارزة والمواقع ذات الإمكانات الكبيرة في المملكة (2/1)

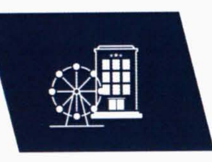
المواقع المشمولة في المشاريع العملاقة





الموقع	المشاريع العملاقة المصاحبة
قرية التراث في منطقة الديرة	العلا
جبل الفيل	العلا
غراميل العلا	العلا
الحِجْر (مدائن صالح)	العلا
متنزه عسير الوطني	السودة
قرية رجال ألمع	السودة
جزر أمالا	أمالا
محمية الأمير محمد بن سلمان الطبيعية	أمالا
الدرعية التاريخية	بوابة الدرعية
صحراء بجدة	مشروع نيوم
منطقة الخريبة الشاطئية	مشروع نيوم
جبل اللوز	مشروع نيوم
حافة العالم (جبل طويق)	القدية
قلعة الوجه والقرية التاريخية	البحر الأحمر
ساحل البحر الأحمر	البحر الأحمر
الحبلة	سلوان

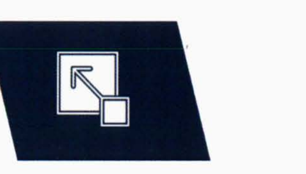
المواقع التي تتوفر فيها بنية تحتية للسياحة



الموقع	خطط تطوير السياحة
المصمك	تتضمن متحفين، المصمك وتوحيد المملكة، و10 صالات عرض رئيسية
قصر المربع	يقع ضمن مركز الملك عبد العزيز الثقافي، وقد تم تحويل القصر إلى متحف يتألف من 32 قاعة منتشرة على طابقين
سكة حديد الحجاز	محطة القطار الرئيسية في المدينة المنورة وتمثل متحفاً، وهنالك 32 محطة فرعية على طول خط السكك الحديدية وثلاثة جسور وعمودين
مدينة جدّة القديمة	مساكن قديمة بما في ذلك بيت ناصيف (متحف حالياً)، إضافة إلى الجدران الدفاعية التاريخية والأسواق الشعبية وأقدم مسجد في المدينة
مركز الملك عبد العزيز الثقافي (إثراء)	منشأة ثقافية جديدة مصممة لهذه الغاية وفريدة في تصميمها وهندستها المعمارية التي تضم متحفاً، ومكتبة ومسرحاً، ودور سينما، ومتحفاً للأطفال، ومعرضاً للطاقة، وأرشيفاً، ومختبراً للأفكار، والقاعة الكبرى، وبرج المعرفة
المتحف الوطني	معلم ثقافي يضم ثماني قاعات عرض مقسمة حسب الحقبة، ويقع ضمن مركز الملك عبد العزيز التاريخي
شقراء وأشيقر	قرى تراثية تتضمن متحف شقراء وسوق حلوة (سوق شعبي)
الشاطئ الفضي	شاطئ منتجع خاص يضم كراسي استلقاء للتشمس، ومطاعم، وغرف تغيير ملابس، وحمامات، ومواقف للسيارات



المواقع المطورة: مشاريع تطوير المواقع البارزة والمواقع ذات الإمكانات الكبيرة في المملكة (2/2)



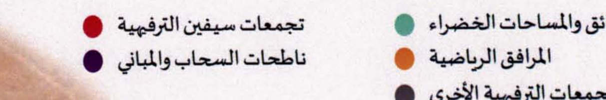
المواقع المشمولة في خطط تطوير السياحة الأخرى

الموقع	خطط تطوير السياحة
الهدا والشفا	تعزيز موقعها الحالي للسياحة الموجهة نحو الأسرة، ومتابعة تطوير الأنشطة الترفيهية والترويحية ذات الأثر المنخفض
الرأس الأبيض	يجري تنفيذ مشروع الأبيض للوجهات السياحية لجذب السياح الدوليين والمحليين الباحثين عن تجارب الرفاه، والترفيه، والاسترخاء والطبيعة
ميناء العقير التاريخي	يشكل جزء من وجهة العقير، وهو مشروع متكامل لتطوير الوجهات يغطي 100 مليون متر مربع و24 كم من خط الساحل على طول الخليج العربي
جزر فرسان	مشروع تطوير عشر تجمعات سياحية حول الجزر لتحويل جزر فرسان إلى وجهة رئيسية على طول ساحل البحر الأحمر
سوق عُكاظ	مشروع مركز مدينة عكاظ الذي يهدف إلى إحياء الثقافة والتراث وتوفير الضيافة العصرية في بيئة فريدة من نوعها
واحة الأحساء	يجري تنفيذ العديد من مشاريع الحفاظ على التراث والترميم بهدف إنشاء منصة قوية لتعزيز السياحة
قرية الفاو	نصب تاريخي يعرض الاكتشافات الأثرية والتراث الثقافي في المنطقة، وهو مغلق حالياً أمام الجمهور لغايات التجديد
منتزه الغاط الوطني	سينشئ المتنزه مسارات للتنزه وبنية تحتية أولية للسياحة، كجزء من برنامج الأمير فيصل بن بندر لتنمية السياحة البيئية
دومة الجندل	ترميم القلعة وتطوير سوق التراث والمقهى والمطعم الشعبي. استكمال منتج بحيرة دومة الجندل.
مزارع الزهور	تجري الجهود لتطوير السياحة الزراعية، والبناء على مهرجان الطائف للزهور وتشجيع منتجات الزهور والرحلات الزراعية.
صحراء الربع الخالي	تطوير منتجع فخم يقدم مجموعة من الأنشطة الصحراوية للسياح المحليين والدوليين.
محمية جبل شدا	الاستفادة الكاملة من المناظر الطبيعية الجبلية عن طريق إنشاء شبكة من الرياضات وأنشطة المغامرة، بما في ذلك تسلق الجبال والقفز المظلي والانزلاق بالحبل
قرية ذي عين التراثية	تجري أعمال الترميم، بما في ذلك بناء مركز جديد للزوار، لتعزيز تجربة الزائر بشكل عام وجذب السياح الدوليين والمحليين





بالإضافة إلى ذلك، تعمل المملكة على تطوير العديد من المشاريع السياحية غير مرتبطة بالطبيعة أو التراث



تبوك - داونتاون المملكة
مركز طبرجل للاحتفالات
الجبيل - داونتاون المملكة
حديقة تلال
الخبر
بريدة - داونتاون المملكة
الخبرة - المركز
الدمام
المسار الرياضي
المدينة المنورة - مدينة المعرفة
برج المملكة
القرية الأولمبية
ينبع - الـ...
حديقة الملك سلمان
الاقتصادية للجبيل وينبع
الرياض - المخرج 10
حديقة الأمير سطام
مدينة الملك عبدالله الاقتصادية
الرياض - النخل
حدائق الملك عبد الله
جدّة - المطار القديم
الرياض - الوسط
مدينة الملك عبدالله الرياضية
جدة - وسط المدينة
الرياض - الجنوب
جدة - عبور
جدّة - سيديو
مكة المكرمة
برج جدّة
طائف
أوبرا جدة
القرية الأولمبية
مشروع جدّة داون تاون الجديد
أبها - داونتاون المملكة

التجمعات الترفيهية



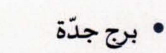
- مشروع سيفين لتطوير 29 تجمعاً ترفيهياً في المملكة
- أوبرا جدة
- مركز طبرجل للاحتفالات
- مدينة الملك عبدالله الاقتصادية

الحدائق والمساحات الخضراء



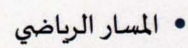

- حديقة الملك سلمان
- حديقة الأمير سطام
- حدائق الملك عبدالله الدولية
- حديقة تلال

ناطحات السحاب والمباني




- برج جدّة
- مشروع جدّة داون تاون الجديد
- برج المملكة[1]

المرافق الرياضية



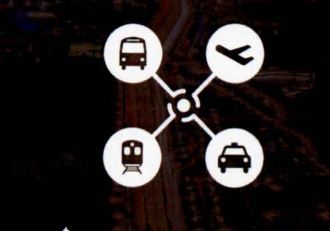

- المسار الرياضي
- القرى الأولمبية
- مدينة الملك عبدالله الرياضية[1]

1. يمثل برج المملكة ومدينة الملك عبدالله الرياضية منشأتان قائمتان

ملاحظة: تم إدراج المشاريع ذات الصلة الوطنية والتي تحظى بتغطية إعلامية نشطة فقط

المصدر: Saudiprojects.net، سفن

يمكن للمملكة الارتقاء بمواقعها الطبيعية والتراثية من خلال عدة مقومات



إمكانية الوصول

- جعل الوصول إلى الموقع أكثر سهولة وأماناً
- التخطيط لتوفير خيارات نقل متعددة ومجانية



الخدمات والأنشطة السياحية

- تقديم الخدمات السياحية الأساسية (مثل، مركز السياحة، والمتحف)
- ابتكار تجارب جذابة وفريدة

التوثيق

- توثيق واضح عن طبيعة الموقع وتاريخه
- الترويج في الأدلة والصحافة

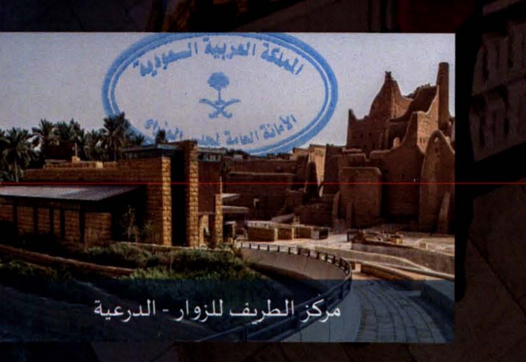


الفعاليات

- الفعاليات التي تستفيد من خصائص المواقع
- روزنامة الفعاليات على مدار العام لإحياء الموقع



طريق الوصول إلى السودة - عسير



مركز الطريف للزوار - الدرعية



لوحات المعلومات - مدائن صالح

مهرجان مسك - جدّة التاريخية



باشرت المشاريع العملاقة بتطوير 16 موقعاً بارزاً وتضمين جميع أغراض السفر

بالمواءمة مع خطط المشاريع العملاقة

المشروع	عدد المواقع البارزة[1]	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة	تجربة المأكولات	الرياضة	الترفيه	التسوق	الجولات البحرية
نيوم NEOM	2	أولى	ثانية	أولى	أولى	ثانية	ثانية	ثانية	ثانية	ثانية
AMAALA	2	أولى	أولى	أولى	ثانية	ثانية	أولى	ثانية	ثانية	
The Red Sea Development Company	2	أولى	ثانية	ثانية	ثانية		أولى	ثانية	ثانية	
Qiddiya	1		ثانية		أولى		أولى	أولى	ثانية	
	1			أولى		ثانية		ثانية	ثانية	
الهيئة الملكية لمحافظة العلا Royal Commission for AlUla	2		ثانية	أولى	ثانية	ثانية		ثانية	ثانية	
سلوان	1		ثانية		أولى		ثانية	أولى	ثانية	
السودة	2		أولى	أولى	أولى	أولى	أولى			
مشاريع وسط المدينة	1			أولى		أولى	أولى	أولى	أولى	

أولوية أولى — أولوية ثانية

1 يجري تطوير موقعين إضافيين هما جزر فرسان والهدا والشفا عدا عن المشاريع العملاقة



	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة	تجربة المأكولات	الرياضة	الترفيه	التسوق	الجولات البحرية	زيارة الأقارب والأصدقاء
المرافق الفاخرة	الأولوية 1	الأولوية 2	الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2
المرافق المتوسطة	الأولوية 1	الأولوية 2	الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2
المرافق المنخفضة التكلفة	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2

1. استناداً إلى دعم نموذج الزوار بعدد 3 مليون زائر



	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة	تجربة المأكولات	الرياضة	الترفيه	التسوق	الجولات البحرية	زيارة الأقارب والأصدقاء
المرافق الفاخرة	الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 1	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	
المرافق المتوسطة										
المرافق المنخفضة التكلفة										



	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة	تجربة المأكولات	الرياضة	الترفيه	التسوق	الجولات البحرية	زيارة الأقارب والأصدقاء
المرافق الفاخرة	الأولوية 1	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2		الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2		
المرافق المتوسطة										
المرافق المنخفضة التكلفة										



	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة	تجربة المأكولات	الرياضة	الترفيه	التسوق	الجولات البحرية	زيارة الأقارب والأصدقاء
المرافق الفاخرة		الأولوية 2		الأولوية 1		الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 2		الأولوية 2
المرافق المتوسطة		الأولوية 2		الأولوية 1		الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 2		الأولوية 2
المرافق المنخفضة التكلفة		الأولوية 2		الأولوية 1		الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 2		الأولوية 2

1. بافتراض نفس نموذج الدعم والتعزيز لإجمالي عدد الزوّار

مشروع بوابة الدرعية العملاق



الرؤية

مشروع تطوير متعدد الاستخدامات بعمارة نجدية وتركيز خاص على التاريخ والثقافة والتقاليد، يجسد الصورة السعودية وثقافتها

المزايا الفريدة

عرض تاريخ المملكة وتراثها عبر مجموعة شيقة ومثيرة من تجارب الثقافة والترفيه والتسوق

الموقع



تحديد وضع الموقع

	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة	تجربة المأكولات	الرياضة	الترفيه	التسوق	الجولات البحرية	زيارة الأقارب والأصدقاء
المرافق الفاخرة			الأولوية 1		الأولوية 2		الأولوية 2	الأولوية 2		الأولوية 2
المرافق المتوسطة										
المرافق المنخفضة التكلفة										

الوجهات المتنافسة

- دبي، الإمارات العربية المتحدة
- هونغ كونغ، جمهورية الصين الشعبية
- سان فرانسيسكو، الولايات المتحدة

السيّاح المستهدفون



العمر	المجموعة المسافرة	لمحة تعريفية	دول المصدر
الكل (من الأطفال إلى الكبار)	مع العائلة، أو الأصدقاء أو لوحده	السكان المحليون كمنطقة جذب في نهاية الأسبوع، والسياح من المملكة وخارجها	1. السعودية (86%) 2. دول العالم (12%) 3. دول الخليج (2%)

الطابع الموسمي

الربيع	الصيف	الخريف	الشتاء
موسم ذروة	موسم ثانوي	موسم ذروة	موسم ذروة

موسم ذروة · موسم ثانوي · موسم انخفاض عدد الزوار

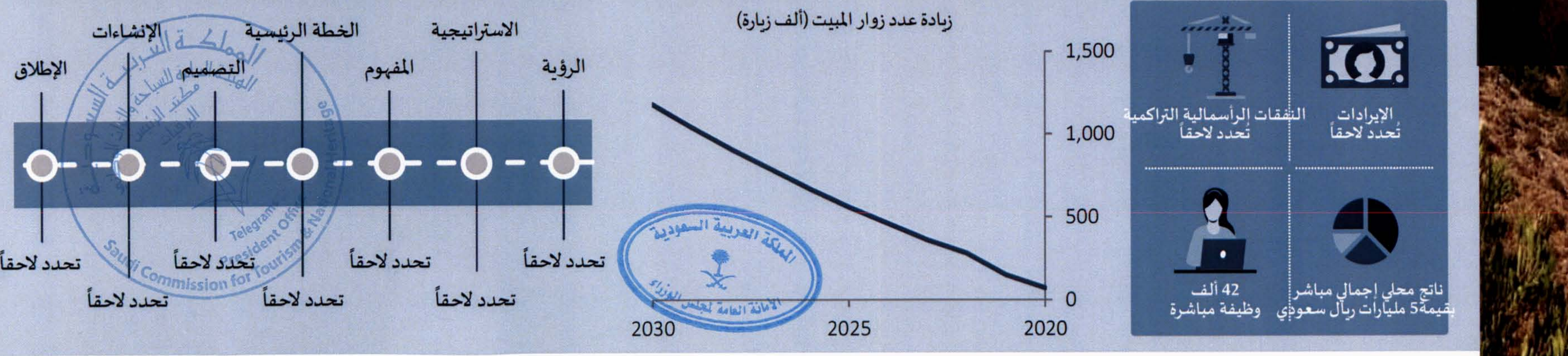
طموحات عام 2030



خارطة الطريق



	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة	تجربة المأكولات	الرياضة	الترفيه	التسوق	الجولات البحرية	زيارة الأقارب والأصدقاء
المرافق الفاخرة		الأولوية 2	الأولوية 1	الأولوية 2	الأولوية 2		الأولوية 2	الأولوية 2		
المرافق المتوسطة		الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2		الأولوية 2	الأولوية 2		
المرافق المنخفضة التكلفة										



مشروع سلوان العملاق

الرؤية

وجهة نابضة بالحياة وبارزة في الضيافة والترفيه، تقدم معيشة نشطة وعالية الجودة، بنيت لمستقبل سكان المملكة

المزايا الفريدة

منطقة جبلية عميقة تقدم مجموعة فريدة من الأنشطة في منطقة عسير الغنية ثقافياً

الموقع

تحديد وضع الموقع

	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة	تجربة المأكولات	الرياضة	الترفيه	التسوق	الجولات البحرية	زيارة الأقارب والأصدقاء
المرافق الفاخرة		الأولوية 2		الأولوية 2		الأولوية 2	الأولوية 2	الأولوية 2		
المرافق المتوسطة		الأولوية 2		الأولوية 1		الأولوية 2	الأولوية 1	الأولوية 2		
المرافق المنخفضة التكلفة										

الوجهات المتنافسة

- الجبل الأخضر، عُمان
- كيتزبيول، النمسا
- إمليل، المغرب

السيّاح المستهدفون

العمر	المجموعة المسافرة	لمحة تعريفية	دول المصدر
الكل	الكل	الكل	1. السعودية (%20) 2. ألمانيا (%15) 3. الصين (%15) 4. فرنسا (%15)

الطابع الموسمي

الربيع	الصيف	الخريف	الشتاء
موسم ثانوي	موسم ذروة	موسم ثانوي	موسم ثانوي

موسم انخفاض عدد الزوار · موسم ثانوي · موسم ذروة

طموحات عام 2030

زيادة عدد زوار المبيت (ألف زيارة)

- الإيرادات: تُحدد لاحقاً
- النفقات الرأسمالية التراكمية: تُحدد لاحقاً
- ناتج محلي إجمالي مباشر بقيمة 5 مليارات ريال سعودي
- 42 ألف وظيفة مباشرة

خارطة الطريق

الرؤية	الاستراتيجية	المفهوم	الخطة الرئيسية	التصميم	الإنشاءات	الإطلاق
تحدد لاحقاً	تحدد لاحقاً	تحدد لاحقاً	تحدد لاحقاً	تحدد لاحقاً	تحدد لاحقاً	تحدد لاحقاً

مشروع السودة العملاق

الرؤية

وجهة جبلية فريدة في قمة العروض الترفيهية للمملكة في منطقة عسير الغنية ثقافياً

المزايا الفريدة

طبيعة خلابة زاخرة بالجمال الطبيعي الفريدة، إلى جانب ثقافة ملموسة وغير ملموسة



الموقع

تحديد وضع الموقع

	الاستمتاع بالشمس والبحر	الصحة والرفاه	الثقافة والتراث	المغامرة	تجربة المأكولات	الرياضة	الترفيه	التسوق	الجولات البحرية	زيارة الأقارب والأصدقاء
المرافق الفاخرة		الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 1				
المرافق المتوسطة		الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 1	الأولوية 1				
المرافق المنخفضة التكلفة										

الوجهات المتنافسة

- الطائف، المملكة العربية السعودية
- الجبل الأخضر، عُمان
- جستاد، سويسرا

السيّاح المستهدفون

العمر	المجموعة المسافرة	لمحة تعريفية	دول المصدر
الكل	• منفرداً • العائلات • الأصدقاء	عائلة، باحث عن مغامرات، أصحاب المنازل الثانية	1. السعودية (66%) 2. دول العالم والخليج (33%)

الطابع الموسمي

الربيع	الصيف	الخريف	الشتاء
موسم ثانوي	موسم ذروة	موسم ثانوي	موسم انخفاض عدد الزوار

موسم انخفاض عدد الزوار · موسم ثانوي · موسم ذروة

طموحات عام 2030

زيادة عدد زوار المبيت (ألف زيارة)

المحور: 0، 200، 400، 600، 800 — 2020، 2030

- إيرادات تحدد لاحقاً
- نفقات رأسمالية تراكمية تحدد لاحقاً
- ناتج محلي إجمالي مباشر يحدد لاحقاً
- وظائف مباشرة تحدد لاحقاً

خارطة الطريق

المرحلة	السنة
الرؤية	2019
الاستراتيجية	2019
المفهوم	2019
الخطة الرئيسية	2019
التصميم	2020
الإنشاءات	2020
الإطلاق	2022

ثمة فرصة كبيرة للارتقاء بالمواقع السياحية المتاحة: ما تزال هنالك 8 مواقع بارزة و33 موقعاً بإمكانات كبيرة لم يتم تطويرها





مواقع بارزة بمستوى
تطوير محدود أو
معدوم
تطوير محدود
1. ذي عين
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
تطوير محدود
2. شاطئ الرمال الفضية
إمكانات لأغراض الاستمتاع بالشمس والبحر
تطوير محدود
3. مدينة جدّة القديمة
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
تطوير محدود
4. قصر المصمك
إمكانات لأغراض بالثقافة والتراث



مواقع بارزة بمستوى
تطوير محدود أو
معدوم
تطوير محدود
5. واحة الأحساء
إمكانات لأغراض المغامرة
تطوير محدود
6. دومة الجندل
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
تطوير محدود
7. صحراء الربع الخالي
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
8. الفنون الصخرية (حائل)
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث

مواقع بإمكانات كبيرة غير مستغلة: 24 من 38 موقعاً بإمكانات كبيرة هي من المواقع غير المستغلة، ويمكن أن تعزز المواقع المتوفرة لأغراض المغامرة في المملكة بشكل أساسي



1. محمية الطبيق
2. آيات الحره
3. قلعة زعبل
4. محمية الخنفة
5. محمية التيسية الطبيعية
6. مزارع التمور في القصيم
7. نفود العريق
8. جبل جبلة
9. حديقة خريم
10. بحيرة الأصفر
11. دحل حيت
12 محمية الأيبكس
13. عروق بني معارض
14 آبار الحمة
15. مزارع البن
16. محمية مجامع الهضب
17. محمية سجا الطبيعية
18. فوهة الوهبة
19 محازة الصيد
20. حرات راحة
21. طريق الحج السوري[1]
22. طريق الحج المصري[1]
23 درب زبيدة[1]
24. واحة القطيف[2]

1. يوفر الموقع آخر محطة مهمة قبل مكة المكرمة
2. يُنظر إلى الواحة على أنها موقع بإمكانات كبيرة للجمال الطبيعي، لكنها تفتقر حالياً إلى البنية التحتية المطلوبة للسياحة للنظر في إمكاناتها من حيث العافية والمغامرات. رغم ذلك، تتضمن القلعتان التاريخيتان بعض التطوير

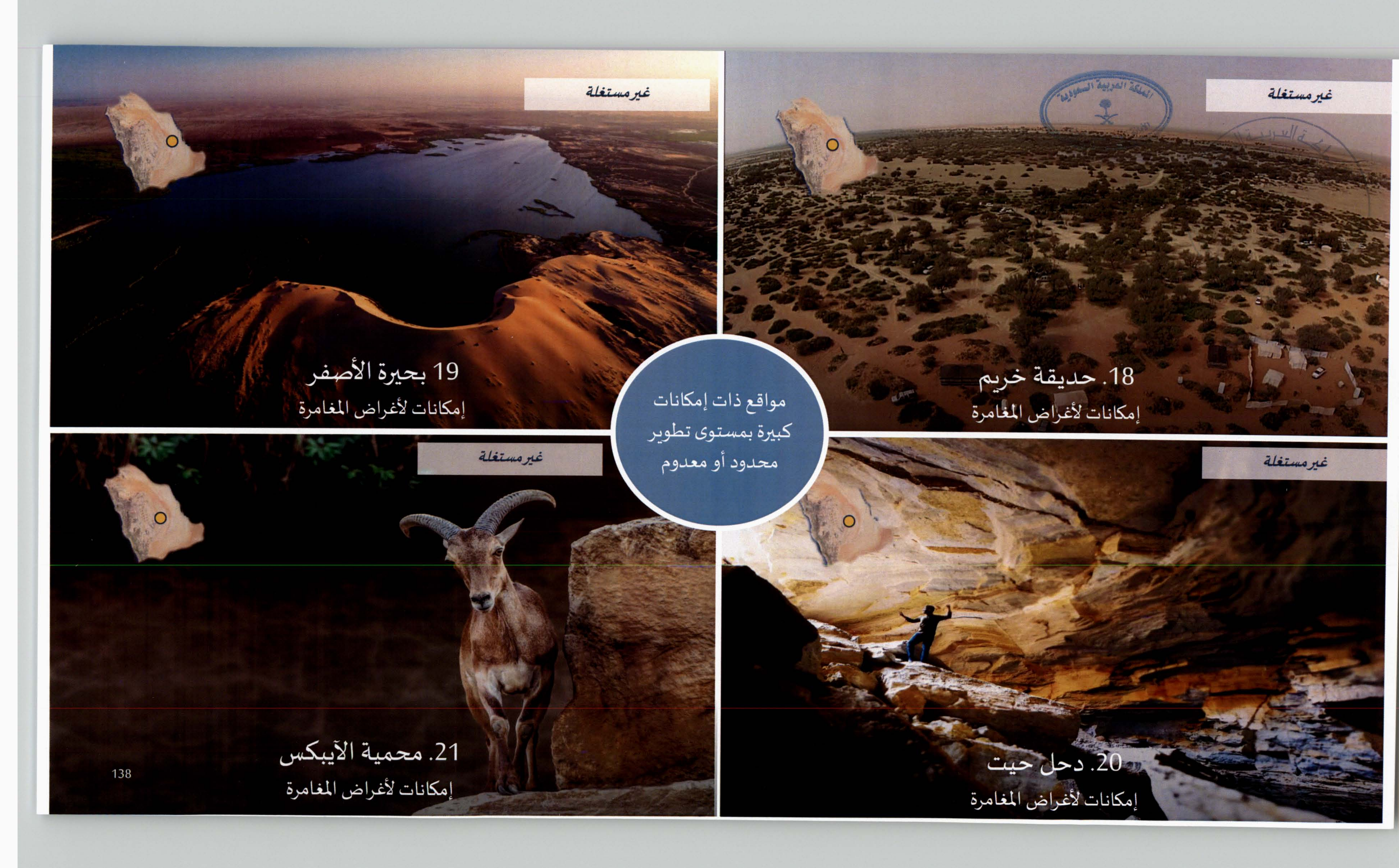

مواقع ذات إمكانات كبيرة بمستوى تطوير محدود أو معدوم
تطوير محدود
1. شقراء وأشيقر
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
تطوير محدود
2. ميناء العقير التاريخي
إمكانات لأغراض الاستمتاع بالشمس والبحر
تطوير محدود
3. قرية الفاو
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
تطوير محدود
4. مزارع الزهور
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
المملكة العربية السعودية
الأمانة العامة لمجلس الوزراء

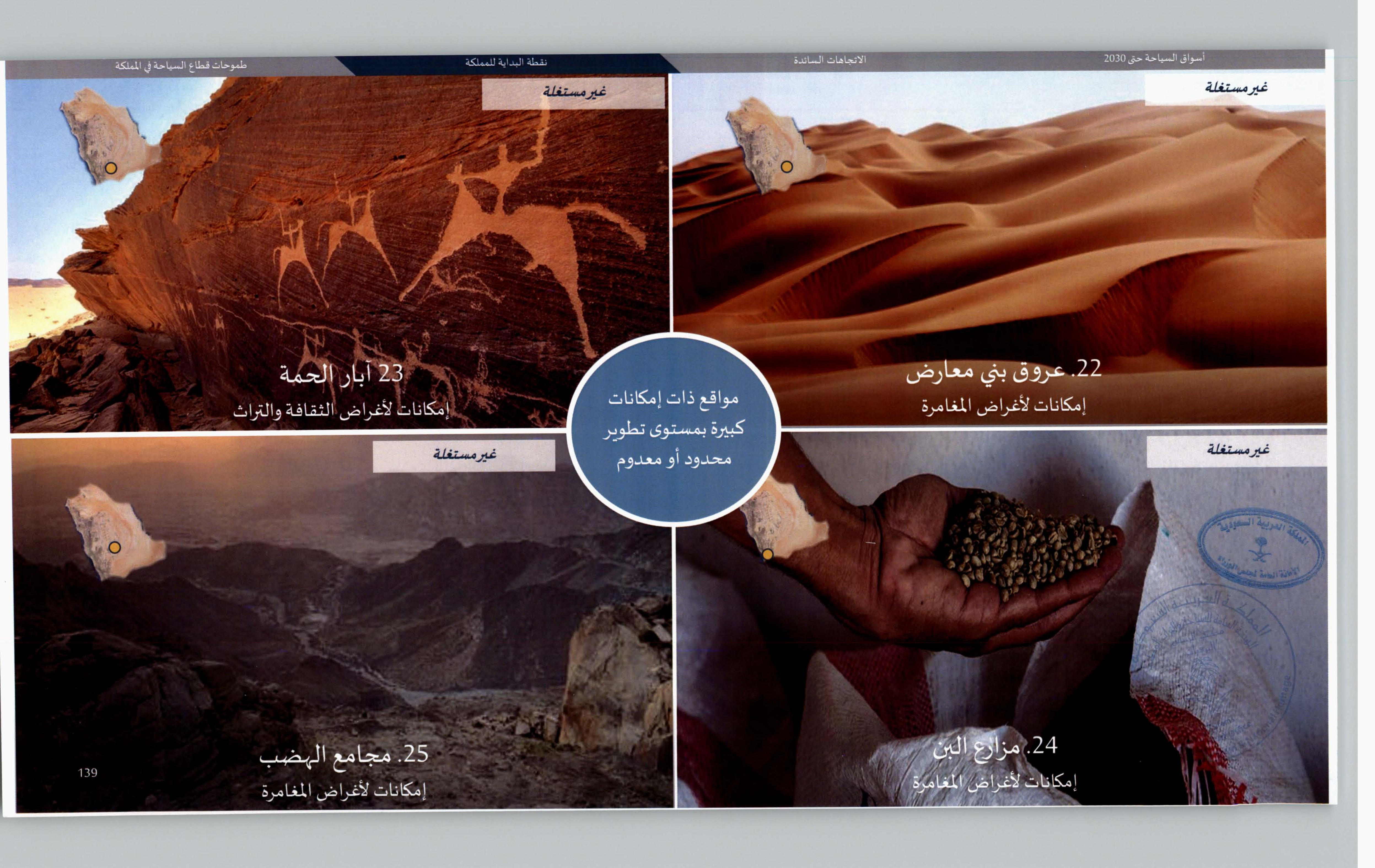

تطوير محدود
5. المتحف الوطني/ 6. قصر المربع
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
تطوير محدود
7. منتزه الغاط الوطني
إمكانات لأغراض المغامرة
مواقع ذات إمكانات كبيرة بمستوى تطوير محدود أو معدوم
تطوير محدود
8. محمية شدا
إمكانات لأغراض المغامرة
تطوير محدود
9. سكة حديد الحجاز
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث


مواقع ذات إمكانات
كبيرة بمستوى تطوير
محدود أو معدوم
غير مستغلة
10. محمية الطبيق
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
11. آيات الحره
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
12 قلعة زعبل
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
غير مستغلة
13. محمية الخنفة
إمكانات لأغراض المغامرة



مواقع ذات إمكانات كبيرة بمستوى تطوير محدود أو معدوم
غير مستغلة
14 محمية التيسية الطبيعية
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
15. مزارع التمور في القصيم
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
غير مستغلة
16. نفود العريق
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
17. جبل جبلة
إمكانات لأغراض المغامرة


مواقع ذات إمكانات كبيرة بمستوى تطوير محدود أو معدوم
غير مستغلة
18. حديقة خريم
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
19 بحيرة الأصفر
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
20. دحل حيت
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
21. محمية الآيبكس
إمكانات لأغراض المغامرة


مواقع ذات إمكانات كبيرة بمستوى تطوير محدود أو معدوم
غير مستغلة
22. عروق بني معارض
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
23 آبار الحمة
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
غير مستغلة
24. مزارع البن
إمكانات لأغراض المغامرة
غير مستغلة
25. مجامع الهضب
إمكانات لأغراض المغامرة

مواقع ذات إمكانات كبيرة بمستوى تطوير محدود أو معدوم




غير مستغلة
30. طريق الحج السوري
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
غير مستغلة
31. طريق الحج المصري
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
مواقع ذات إمكانات كبيرة بمستوى تطوير محدود أو معدوم
غير مستغلة
32. درب زبيدة
إمكانات لأغراض الثقافة والتراث
غير مستغلة
33. واحة القطيف
إمكانات لأغراض الصحة والرفاه



أهداف اجتماع اليوم

طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

اتجاهات الأسواق العالمية

طموحات المملكة لعام 2030

تقييم المملكة كوجهة سياحية

خارطة الطريق الاستراتيجية لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات



خارطة طريق عام 2030 لتحديد اتجاهات الأسواق العالمية

أغراض السفر

- تضمين أغراض سفر الاستجمام العشرة كافة
- التركيز على الاستمتاع بالشمس والبحر، والثقافة والتراث، والمغامرة

فئات الإنفاق

- النظر في فئات الإنفاق على مراحل
  - بدء تصميم السمعة والمنتجات الخاص بالرفاهية
  - توفير المرافق المتوسطة والمنخفضة التكلفة تدريجياً لتحقيق طموحات قطاع السياحة

دول المصدر

- التركيز على الولايات المتحدة الأمريكية، والصين، وألمانيا، والمملكة المتحدة، وفرنسا، وكوريا الجنوبية، وأستراليا، وروسيا، وكندا
- استهداف منطقة الشرق الأوسط أيضاً

الاتجاهات الاستهلاكية

- تضمين 3 اتجاهات رئيسية في استراتيجية قطاع السياحة في المملكة: السفر الميسّر، وتعزيز تجربة السائح بالحلول التقنية، والرحلات المستدامة
- تنسيق منظومة السياحة لتتضمّن الاتجاهات الثلاثة

خارطة طريق 2030 للارتقاء بمكانة المملكة كوجهة سياحية عالمية

القدرة التنافسية

- تسريع تنفيذ المشاريع المخصصة للاستمتاع بالشمس والبحر (مثل، مشروع نيوم، ومشروع أمالا، ومشروع البحر الأحمر) للارتقاء بمكانة المملكة كوُجهة سياحية عالمية

التنوع

- دمج جميع أغراض السفر في المزايا الفريدة للقطاع السياحي في المملكة

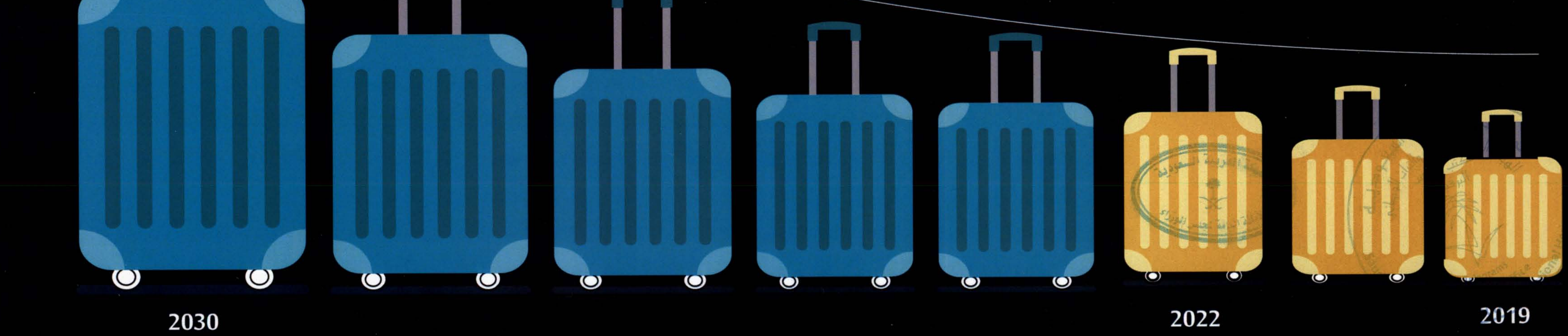
المواقع غير المستغلّة

- تطوير 8 من أبرز المواقع غير المستغلّة، والتي تتوافق مع ما يتراوح بين مشروع واحد إلى مشروعين من المشاريع الضخمة المحتملة (بناء على مزيد من التحقيق)

تقسيم المراحل

- تطوير المنتج السياحي على مراحل:
  - البدء بالمواقع "الجاهزة"
  - إطلاق المشاريع الضخمة
  - تطوير المواقع غير المستغلّة

تتضمن خارطة طريق عام 2030 مرحلتين رئيسيتين:
مرحلة 'اكتشف السعودية' ومرحلة 'عش التجربة السعودية'





أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

- الوجهات الجاهزة
- الفئات المستهدفة من 2019-2022
- أعداد الزوار والأثر الاجتماعي والاقتصادي
- المبادرات حتى عام 2022
- مخاطر الاستراتيجية



التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات




مستهدفات السياحة لعام 2022: 62 مليون زيارة، ومساهمة في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة %5.3

	2018	2022	2030
إجمالي عدد الزيارات	41 مليون	62 مليون (أكثر من %50)	120 مليون
النسبة من الناتج المحلي الإجمالي	%3.6	%5.3	%14.6
الوظائف	622 ألف	836 ألف	1,961 ألف

ملاحظة: تمت مراعاة فقط الزيارات لأغراض العمل وذات الإقامة المدفوعة وعبر المناطق (تُعرف بأنها رحلات مبيت خارج منطقة الإقامة - على بُعد أكثر من 80 كم من مكان الإقامة، مع اعتبار مسافة 80 كم حدوداً للبيئة المعتادة وفقاً لمعايير منظمة السياحة العالمية في المملكة العربية السعودية)

المصدر: تحليلات فريق الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

ستحقق استراتيجية السياحة معدل نمو سنوي مركب يبلغ 11% حتى عام 2022 مقارنة هبوط بنسبة 4% في العامين السابقين

عدد الزيارات بالمليون

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
الترفيه	18	17	16	18	20	22	24
زيارة الأقارب والأصدقاء	7	6	6	6	7	9	10
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات[1]	5	4	4	4	4	4	5
السياحة الدينية	15	16	16	16	18	20	24
المجموع	45	42	41	45	49	55	62

معدل النمو السنوي المركب %(4-) (2016–2018)

معدل النمو السنوي المركب %11+ (2020–2022)

1. أرقام أولية نظراً لعدم توفر التقديرات من البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات وعدم توفر المبادرات الخاصة بالتنبؤ لقطاع المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات وأثرها المقدر

ملاحظة: تشمل الأرقام الخاصة بالزيارات الدولية الزيارات لأغراض العمل وذات الإقامة غير المدفوعة، وتتضمن الزيارات المحلية فقط الزيارات لأغراض العمل وذات الإقامة المدفوعة على أساس تقسيم عام 2018

المصادر: وزارة الحج والعمرة؛ والمجلس الدولي للسياحة والسفر؛ والهيئة العامة للإحصاء؛ ويورومونيتور؛ ومنظمة السياحة العالمية، وتحليلات الفريق

أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

- **الوجهات الجاهزة**
- الفئات المستهدفة من 2019-2022
- أعداد الزوار والأثر الاجتماعي والاقتصادي
- المبادرات حتى عام 2022
- مخاطر الاستراتيجية

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات





العديد من أفضل المواقع الطبيعية والتراثية في المملكة تستقطب بالفعل الزوار السعوديون

ما هي المواقع التي ستكون جاهزة لاستضافة أول زوار دوليين حتى 2022 ويتعين بها التّقدّم على سلّم الأولوية؟

أمثلة توضيحية على المواقع

الخبر

المتحف الوطني

حديقة خريم

كورنيش جدة

الهدا والشفا

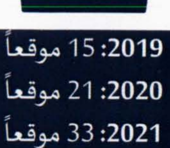
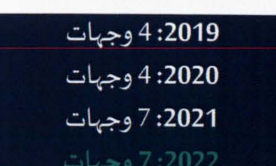
الحبلة، عسير

- مواقع بارزة
- مواقع ذات إمكانات كبيرة
- مواقع تكميلية

تهدف الاستراتيجية إلى بناء "الوجهات" في المواقع البارزة وذات الإمكانات الكبيرة



المنهجية: تحديد الوجهات الجاهزة بناء على 6 مبادئ

		المبادئ	عدد المواقع
ما هي المواقع السعودية ذات الصلة؟		**التركيز على أفضل المواقع:** بناء منتجات السياحة الترفيهية حول أفضل مواقع الترفيه في المملكة (24 موقعاً بارزاً و38 موقعاً بإمكانات كبيرة)، والترفيه بغرض العمل (4 مواقع أعمال بارزة)، ومواقع العمرة (موقعان مقدسان)	68
		**ضمان السلامة:** بناء المنتج في المواقع التي تُدرجها الوكالات الأجنبية ضمن المواقع الآمنة (مثل وزارة الخارجية الأمريكية)	61
	 	**حماية مرحلة "عش التجربة السعودية":** استبعاد مواقع المشاريع العملاقة غير النشطة (أي أن الموقع لم يستضف نشاطاً سياحياً كبيراً خلال السنوات الثلاث الماضية) للتخفيف من مخاطر التأخر في الإطلاق وسوء التنفيذ للسياح	54
		**تعزيز الإقبال على الموقع:** استبعاد المواقع التي تبعد أكثر من ساعتين عن أكبر عوامل الجذب على الطلب (24 موقعاً بارز، و4 مدن أعمال بارزة، وموقعان مقدّسان)	38
متى تصبح المواقع جاهزة؟		**تقديم المنتج المناسب في الوقت المحدد:** تتضمن المواقع التي يمكن تفعلها بحلول 2022 وتلبية الحد الأدنى من متطلبات الفئات المستهدفة من حيث **الإقامة، والأنشطة، وإمكانية الوصول، والخدمات**	2019: 15 موقعاً 2020: 21 موقعاً 2021: 33 موقعاً 2022: 38 موقعاً
ما الوجهات التي يمكن استحداثها بحلول عام 2022؟		**بناء الوجهات:** تجميع المواقع الجاهزة في "وجهات" تغطي عدة أغراض سفر وتقع على بُعد ساعتين بالسيارة	2019: 4 وجهات 2020: 4 وجهات 2021: 7 وجهات 2022: 7 وجهات

المنهجية: تقييم جاهزية 38 موقعاً ذا صلة وفق 4 معايير و8 مؤشرات أداء رئيسية عبر الاستعانة بالخبراء

المعايير	مؤشرات الأداء الرئيسية	المستهدف	المبررات
الإقامة: جودة كافية ومقرات إقامة ميسورة السعر بالقرب من الموقع	عدد الغرف ضمن فئة 3-5 نجوم على بُعد ساعتين بالسيارة	200 غرفة فندقية كحد أدنى	توفير عدد كاف من الغرف بالقرب من الموقع لاستيعاب المجموعات متوسطة الحجم (بما يعادل فندقين متوسطي المستوى)
	جودة الفنادق على موقع booking.com على بُعد ساعتين بالسيارة	3 فنادق حاصلة على درجة تفوق 10/8.5	ضمان توفر عدة خيارات للجودة تلبي توقعات السياح الدوليين
	خيارات الإقامة الميسورة على بُعد ساعتين بالسيارة	3 فنادق بتكلفة لا تتعدى 250 ريال سعودي	ضمان توفر الخيارات الميسورة لاستيعاب السياح ذوي الميزانيات المختلفة
الخدمات: خدمات عالية الجودة متوفرة حول الموقع لاستقبال الزوار	موقع آمن مع مركز زوار يشتمل على المرافق الأساسية[1]	موقع آمن مع مركز زوار دائم	ضمان مقدرة الزوار على تجربة الموقع بأمان والحصول على المعلومات والخدمات الكافية
	توفر مطاعم ومقاهي[2] مميزة على بُعد ساعة بالسيارة	ثمة 5 مطاعم ومقاهي مصنفة فوق 4 نجوم بناء على جوجل	اقتراح خيارات الطعام المختلفة التي تستوفي المعايير الدولية في جميع أرجاء الموقع
الأنشطة: توفر الأنشطة السيّاحية المميزة حول الموقع	أنشطة سياحية مميزة ضمن دائرة يستغرق قطع نصف قطرها ساعة واحدة بالسيارة	ثمة 5 أنشطة مصنفة فوق 4 نجوم على تربب أدفايزر	تقديم مجموعة من الأنشطة الترفيهية المتنوعة لتجربة أكثر اكتمالاً تلبي مختلف الأذواق
إمكانية الوصول: سهولة الوصول إلى الموقع بسعر ميسور	رحلات طيران يومية من/إلى أبرز المدن[3]	معدل دوران واحد كحد أدنى يومياً إلى الرياض وجدة والدمام	ضمان توفر خيار يومي واحد على الأقل للسيّاح للتوجه جواً نحو مركز المطار الدولي
	سعر النقل البري إلى الموقع	خيار واحد كحد أدنى (استئجار السيارات، والرحلات) بسعر يقل عن 300 ريال سعودي/باليوم	تقدم خيارات النقل بأسعار معقولة لجلب السياح من المواقع وإليها

1. موقع آمن للاستخدام والاستمتاع، بمبنى دائم يضم المنشآت السياحية الأساسية (وثائق الموقع ومعلوماته، والمراحيض، والمطاعم والمقاهي الأساسية)
2. حُدد الموقع على أنه منطقة مطاعم في خرائط غوغل 3. مطارات تقع ضمن دائرة يستغرق قطع نصف قطرها ساعتين بالسيارة

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

خبراء القطاع: مشغلو الرحلات السياحية وخبراء البنية التحتية للسياحة

مشغلو الرحلات

متعب المحمود

مالك ومدير مفوض لشركة أميزنغ تورز

- خبرة أكثر من 10 سنوات في قيادة مشغل رحلات سياحية محلي
- مشغل معروف للزوار الدوليين
- قادة أعمال تطوير طرق السياحة لدى الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني وSSTA

تركي السعيد

الرئيس التنفيذي لشركة بالم تورز

- خبرة أكثر من 15 عاماً كمشغل رحلات سياحية في المملكة العربية السعودية
- يقود مشغل رحلات مغامرات معروف
- يدرس كمحاضر في السياحة في جامعة الملك سعود





فارس السمالا

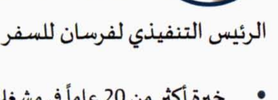
مالك شركة البراق للرحلات السياحية

- خبرة أكثر من 10 سنوات في تنظيم الرحلات عبر كافة أرجاء المملكة
- مزود معتمد من الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني لتطوير الرحلات السياحية
- يعمل فارس في حائل ولديه معرفة كبيرة في المواقع النائية

ألان الخوري

المدير السابق لتطوير المجموعة في المملكة العربية السعودية

- خبرة أكثر من 15 عاماً في قطاع السياحة والسفر السعودي
- قاد فرق تطوير المنتجات في سيرا وفرسان
- معرفة عميق في السوق السعودي المحلي وأبرز المواقع السياحية السعودية



بيرتولد ترنكل

الرئيس التنفيذي لفرسان للسفر

- خبرة أكثر من 20 عاماً في مشغلي السياحة والرحلات
- مدير العمليات حالياً في دبي للسياحة والتسويق
- خبير في تجارب السياحة في المملكة العربية السعودية، بما يشمل شرائح الترفيه بغرض العمل والعمرة

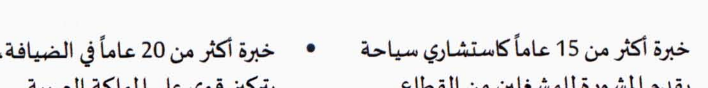
خبراء البنية التحتية للسياحة



كريستوفر سمز

الرئيس التنفيذي السابق لشركة الدار العقارية

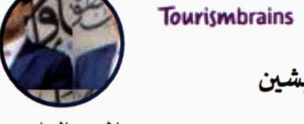
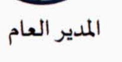
- خبرة أكثر من 35 عاماً في العقارات والبنية التحتية في الشرق الأوسط والمملكة
- طور أكثر من 14 مشروعاً سياحياً تتضمن أنشطة ترفيهية وإقامة مؤقتة
- شارك في إعداد المخططات الرئيسية الضخمة في المملكة (مثل، شاطئ الراحة في جدّة)



جورن غيشين

كبير خبراء أوريجينيتر توريزم

- خبرة أكثر من 15 عاماً كاستشاري سياحة يقدم المشورة للمشغلين من القطاع الحكومي والخاص
- قاد مشروع استراتيجية عُمان للسياحة 2040
- أشرف على مرحلة التخطيط لعدد من مشاريع السياحة في دول الخليج والمملكة





علاء حامد

المدير العام

- خبرة أكثر من 20 عاماً في الضيافة، بتركيز قوي على المملكة العربية السعودية
- طور عدداً من الفنادق عبر دول الخليج
- خبرة في متطلبات الضيافة لأبرز الشرائح (الترفيه، العمرة، والترفيه بغرض العمل...)




أفضل المواقع: تم تحديد 68 موقعاً للترفيه، وللترفيه بغرض العمل، والعمرة

24 موقعاً بارزاً

1 الحجر (مدائن صالح)
2 صحراء بجدة
3 محمية الأمير محمد بن سلمان
4 قرية الوجه
5 شاطئ الرمال الفضية
6 الهدا والشفا
7 الديره
8 شاطئ الخريبة
9 جزر أمالا
10 ساحل البحر الأحمر
11 مدينة جدّة القديمة
12 جزر فرسان
13 دومة الجندل
14 الفنون الصخرية (حائل)
15 حافة العالم
16 الدرعية
17 مركز الملك عبد العزيز
18 واحة الأحساء
19 المصمك
20 صحراء الربع الخالي
21 ذي عين
22 الحبلة
23 متنزه عسير الوطني (السودة)
24 رجال ألمع

38 موقعاً بإمكانات كبيرة

25 أيات الحره
26 قلعة زعبل
27 الطبيق
28 جبل اللوز
29 محمية الخنفة
30 جبل الفيل
31 غراميل
32 محمية نفود العريق
33 الرأس الأبيض
34 حرات راحة
35 فوهة الوهبة
36 محمية سجا الطبيعية
37 محازة الصيد
38 سوق عُكاظ
39 مزارع الزهور
40 جبل شدا
41 مزارع البن
42 محمية التيسية
43 مزارع التمور في القصيم
44 منتزه الغاط الوطني
45 شقراء وأشيقر
46 حديقة خريم
47 بحيرة الأصفر
48 ميناء العقير
49 جبل جبلة
50 المتحف الوطني
51 قصر المربع
52 دحل حيت
53 محمية الأيبكس
54 محمية مجامع الهضب
55 الفاو
56 عروق بني معارض
57 آبار الحمة
58 درب زبيدة[1]
59 طريق الحج المصري[1]
60 سكة حديد الحجاز[2]
61 طريق الحج السوري[1]
62 واحة القطيف



4 مدن

63 الرياض
64 جدّة
65 الدمام
66 مدينة الملك عبدالله الاقتصادية

موقعان مقدسان

67 مكة المكرمة
68 المدينة المنوّرة

1. يوفر الموقع آخر محطة مهمة قبل مكة المكرمة
2. يوفر الموقع المحطة الرئيسية للسكك الحديدية

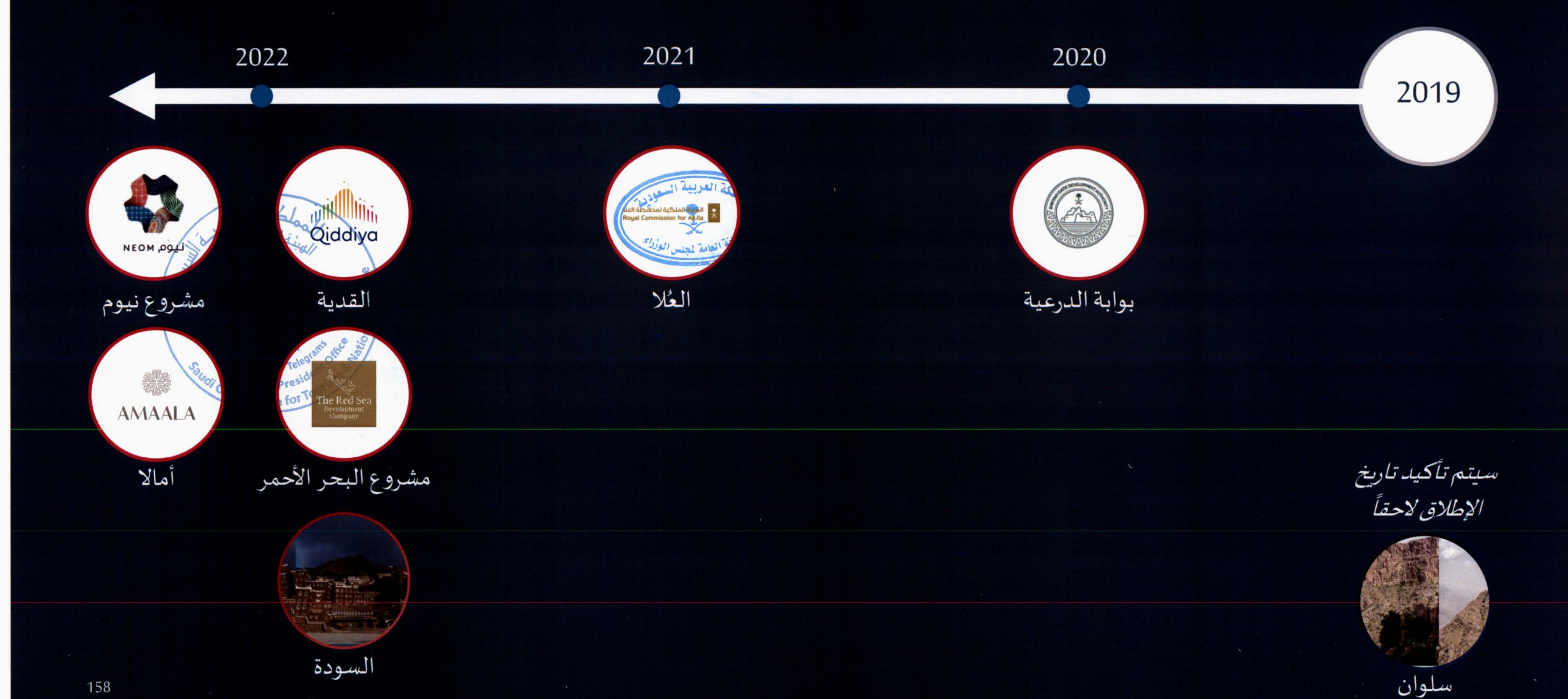
المواقع الآمنة: تم استبعاد 7 مواقع تعتبرها المؤسسات الدولية 'غير آمنة'



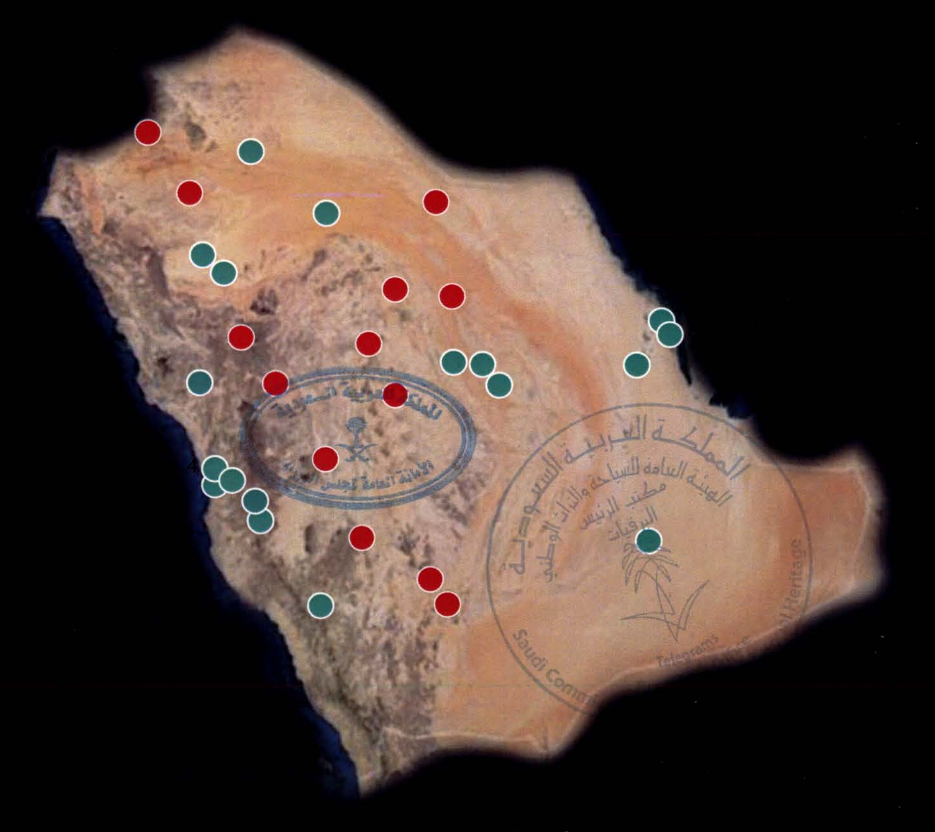
حماية مرحلة "عش التجربة السعودية": تم استبعاد 7 مشاريع عملاقة لأنها غير نشطة حالياً لتخفيف حدة مخاطر الإطلاق المتأخر



1. موقع استضاف نشاطاً سياحياً كبيراً في آخر 3 سنوات

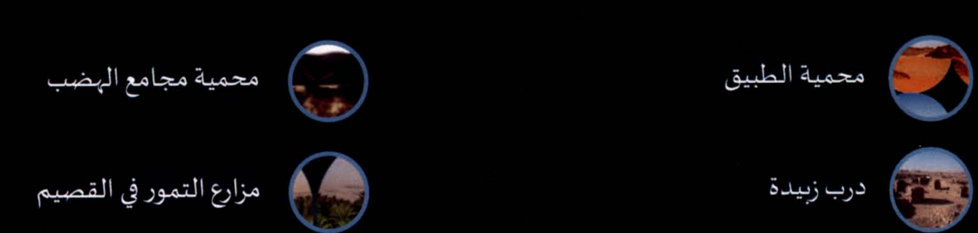

3
سيتم إطلاق 7 مشاريع عملاقة خلال السنوات الثلاثة القادمة
2019
2020
2021
2022
بوابة الدرعية
Royal Commission for AlUla
العُلا
Qiddiya
القدية
NEOM نيوم
مشروع نيوم
The Red Sea Development Company
مشروع البحر الأحمر
AMAALA
أمالا
السودة
سيتم تأكيد تاريخ
الإطلاق لاحقاً
سلوان

تعزيز الإقبال على الموقع: تم استبعاد 16 موقعاً لأنها بعيدة جداً عن 'مناطق جذب الطلب'



- مناطق جذب الطلب (24 موقعاً بارزاً، و3 مدن بارزة، وموقعان مقدّسان)
- المواقع المستبعدة (أكثر من ساعتين بالسيارة عن مناطق جذب الطلب)

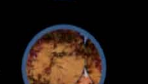
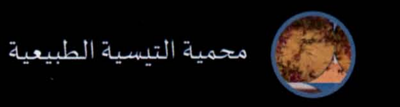
المواقع المستبعدة



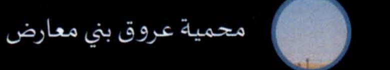
- محمية الطبيق
- درب زبيدة
- منتزه الغاط الوطني
- محمية حرة الحره
- محمية التيسية الطبيعية
- محمية نفود العريق
- محمية الخنفة
- محمية عروق بني معارض









- محمية مجامع الهضب
- مزارع التمور في القصيم
- طريق الحج المصري
- فوهة الوهبة
- طريق الحج السوري
- مسجد محمية محازة الصيد
- قرية الفاو
- جبل جبلة



المواقع ذات الصلة: تم تحديد 38 موقعاً على أنها ذات صلة (2/1)



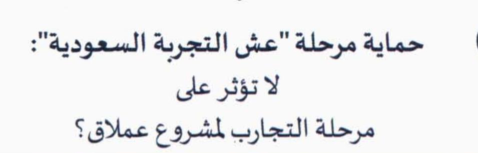
1 **تحديد أفضل المواقع:**
هل الموقع من المواقع السياحية البارزة أو ذات الإمكانات الكبيرة، أو مدينة بارزة أو موقع مقدس؟







2 **ضمان السلامة:**
هل الموقع آمن؟



3 **حماية مرحلة "عش التجربة السعودية":**
لا تؤثر على مرحلة التجارب لمشروع عملاق؟



4 **تعزيز الإقبال على الموقع:**
هل الموقع قريب من أكبر مناطق جذب الطلب في المملكة؟

المواقع ذات الصلة	1 تحديد أفضل المواقع	2 ضمان السلامة	3 حماية مرحلة "عش التجربة السعودية"	4 تعزيز الإقبال على الموقع
المواقع البارزة	قرية التراث في منطقة الديرة	نعم	نعم	نعم
	مدائن صالح	نعم	نعم	نعم
	واحة الأحساء	نعم	نعم	نعم
	الدرعية التاريخية	نعم	نعم	نعم
	مدينة جدّة القديمة	نعم	نعم	نعم
	الشاطئ الفضي/ساحل جدّة	نعم	نعم	نعم
	مركز الملك عبد العزيز الثقافي	نعم	نعم	نعم
	الفنون الصخرية في حائل	نعم	نعم	نعم
	الهدا والشفا	نعم	نعم	نعم
	المصمك	نعم	نعم	نعم
	قرية ذي عين التراثية	نعم	نعم	نعم
	واحة دومة الجندل	نعم	نعم	نعم
	صحراء الربع الخالي	نعم	نعم	نعم
	حافة العالم	نعم	نعم	نعم
المدن/المواقع المقدسة	الرياض	نعم	نعم	نعم
	جدّة	نعم	نعم	نعم
	الدمام	نعم	نعم	نعم
	مدينة الملك عبدالله الاقتصادية	نعم	نعم	نعم
	مكة المكرّمة	نعم	نعم	نعم
	المدينة المنوّرة	نعم	نعم	نعم



المواقع ذات الصلة: تم تحديد 38 موقعاً على أنها ذات صلة (2/2)



1 **تحديد أفضل المواقع:** هل الموقع من المواقع السياحية البارزة أو ذات الإمكانات الكبيرة، أو مدينة بارزة أو موقع مقدس؟



2 **ضمان السلامة:** هل الموقع آمن؟



3 **حماية مرحلة "عش التجربة السعودية":** لا تؤثر على مرحلة التجارب لمشروع عملاق؟



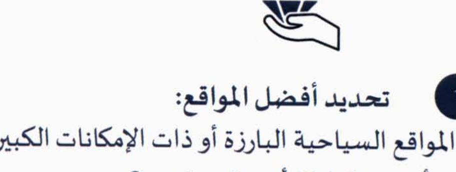
4 **تعزيز الإقبال على الموقع:** هل الموقع قريب من أكبر مناطق جذب الطلب في المملكة؟

المواقع ذات الصلة — مواقع بإمكانات كبيرة

1	2	3	4
قلعة زعبيل	نعم	نعم	نعم
محمية جبل شدا	نعم	نعم	نعم
جبل الفيل	نعم	نعم	نعم
الرأس الأبيض	نعم	نعم	نعم
آيات الحره (حرة خيبر)	نعم	نعم	نعم
غراميل العلا	نعم	نعم	نعم
حرات راحة	نعم	نعم	نعم
بحيرة الأصفر	نعم	نعم	نعم
ميناء العقير التاريخي	نعم	نعم	نعم
مزارع الزهور	نعم	نعم	نعم
سوق عُكاظ	نعم	نعم	نعم
سكة حديد الحجاز	نعم	نعم	نعم
قصر المربع	نعم	نعم	نعم
كهف هيت	نعم	نعم	نعم
محمية الأيبكس	نعم	نعم	نعم
حديقة خريم	نعم	نعم	نعم
شقراء وأشيقر	نعم	نعم	نعم
المتحف الوطني	نعم	نعم	نعم



المواقع ذات الصلة: تم تحديد 30 موقع على أنها ليست ذات صلة (2/1)








1 **تحديد أفضل المواقع:** هل الموقع من المواقع السياحية البارزة أو ذات الإمكانات الكبيرة، أو مدينة بارزة أو موقع مقدس؟

2 **ضمان السلامة:** هل الموقع آمن؟

3 **حماية مرحلة "عش التجربة السعودية":** لا تؤثر على مرحلة التجارب لمشروع عملاق؟

4 **تعزيز الإقبال على الموقع:** هل الموقع قريب من أكبر مناطق جذب الطلب في المملكة؟

مواقع ليست ذات صلة

الفئة	1 تحديد أفضل المواقع	2 ضمان السلامة	3 حماية مرحلة "عش التجربة السعودية"	4 تعزيز الإقبال على الموقع
المواقع البارزة	جزيرة أملا	نعم	لا	نعم
	صحراء بجدة	نعم	لا	نعم
	ساحل البحر الأحمر	نعم	لا	نعم
	محمية جزر فرسان	لا	نعم	نعم
	منطقة الخريبة الشاطئية	نعم	لا	نعم
	محمية الأمير محمد بن سلمان الطبيعية (وادي الديسة)	نعم	لا	نعم
	الحبلة	لا	لا	نعم
	متنزه عسير الوطني	لا	لا	نعم
	قرية رجال ألمع	لا	نعم	نعم
	قلعة الوجه والقرية التاريخية	نعم	لا	نعم
مواقع بإمكانات كبيرة	محمية الطبيق	نعم	نعم	لا
	محمية حرة الحره	نعم	نعم	لا
	محمية نفود العريق	نعم	نعم	لا
	مزارع التمور في القصيم	نعم	نعم	لا
	فوهة الوهبة	نعم	نعم	لا



المواقع ذات الصلة: تم تحديد 30 موقع على أنها ليست ذات صلة (2/2)



1 **تحديد أفضل المواقع:**
هل الموقع من المواقع السياحية البارزة أو ذات الإمكانات الكبيرة، أو مدينة بارزة أو موقع مقدس؟



2 **ضمان السلامة:**
هل الموقع آمن؟



3 **حماية مرحلة "عش التجربة السعودية":**
لا تؤثر على مرحلة التجارب لمشروع عملاق؟



4 **تعزيز الإقبال على الموقع:**
هل الموقع قريب من أكبر مناطق جذب الطلب في المملكة؟

مواقع ليست ذات صلة

مواقع ذات إمكانات كبيرة

الموقع	ضمان السلامة	حماية مرحلة "عش التجربة السعودية"	تعزيز الإقبال على الموقع
واحة القطيف	لا	نعم	نعم
مسجد محمية محازة الصيد	نعم	نعم	لا
محمية مجامع الهضب	نعم	نعم	لا
مزارع البن	لا	نعم	نعم
آبار الحمة	نعم	نعم	لا
محمية التيسية الطبيعية	نعم	نعم	لا
درب زبيدة	نعم	نعم	لا
طريق الحج المصري	نعم	نعم	لا
طريق الحج السوري	نعم	نعم	لا
قرية الفاو	نعم	نعم	لا
جبل جبلة	نعم	نعم	لا
محمية عروق بني معارض	نعم	نعم	لا
محمية الخنفة	نعم	نعم	لا
جبل اللوز	نعم	لا	نعم
محمية الغاط الوطنية	نعم	نعم	لا



اعتُبر 38 موقعاً ذات صلة بمرحلة 'اكتشف السعودية'



1. يوضح الموقع أخر محطة مهمة قبل مكة المكرمة
2. يوضح الموقع المحطة الرئيسية للسكك الحديدية



تم استبعاد 30 موقع ذي صلة بمرحلة 'اكتشف السعودية'
تم استبعاد 7 مواقع لضمان السلامة
محمية جزر فرسان
قرية رجال ألمع
الحبلة
آبار الحمة
واحة القطيف
متنزه عسير الوطني
مزارع البن
تم استبعاد 7 مواقع لحماية مرحلة عش التجربة السعودية للمشاريع العملاقة
جزيرة أمالا
منطقة الخريبة الشاطئية
جبل اللوز
صحراء بجدة
ساحل البحر الأحمر
محمية الأمير محمد بن سلمان الطبيعية
قلعة الوجه والقرية التاريخية
تم استبعاد 16 موقعاً من أكبر مناطق جذب الطلب
محمية الطبيق
مزارع التمور في القصيم
محمية مجامع الهضب
درب زبيدة
محمية حرة الحره
فوهة الوهبة
متنزه الغاط الوطني
طريق الحج المصري
محمية نفود العريق
مسجد محمية محازة الصيد
محمية التيسية الطبيعية
طريق الحج السوري
قرية الفاو
محمية الخنفة
جبل جبلة
محمية عروق بني معارض

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

المواقع الجاهزة: سيكون 38 موقعاً جاهزاً بحلول عام 2022 (2/1)

الفئة	المرحلة	الموقع	السنة التي سيكون فيها الموقع جاهزاً	هل ستكون مقرات الإقامة جاهزة؟	هل ستكون خدمات الموقع جاهزة؟	هل ستكون الأنشطة جاهزة؟	هل ستكون إمكانية الوصول متاحة؟
المواقع البارزة	ر2	قرية التراث في منطقة الديرة	2021	2021	2021	✓	2021
		مدائن صالح	2021	2021	2021	2020	2021
		واحة الأحساء	✓	✓	✓	✓	✓
		الدرعية التاريخية	✓	✓	✓	✓	✓
	ر3	مدينة جدّة القديمة	2020	✓	2020	✓	✓
		الشاطئ الفضي/ساحل جدّة	✓	✓	✓	✓	✓
	ر4	مركز الملك عبد العزيز الثقافي	✓	✓	✓	✓	✓
		الفنون الصخرية في حائل	2022	2021	2022	2020	2020
		الهدا والشفا	2020	2021	✓	✓	✓
		المصمك	✓	✓	✓	✓	✓
		قرية ذي عين التراثية	2021	2021	2020	2021	2020
	ر5	واحة دومة الجندل	2021	2021	2020	2020	✓
		صحراء الربع الخالي	2021	2020	2021	2020	2021
		حافة العالم	2020	✓	2020	✓	2020
المدن		الرياض	✓	✓	✓	✓	✓
		جدّة	✓	✓	✓	✓	✓
		الدمام	✓	✓	✓	✓	✓
		مدينة الملك عبدالله الاقتصادية	✓	✓	✓	✓	✓
الأماكن المقدسة		مكة المكرّمة	✓	✓	✓	✓	✓
		المدينة المنوّرة	✓	✓	✓	✓	✓



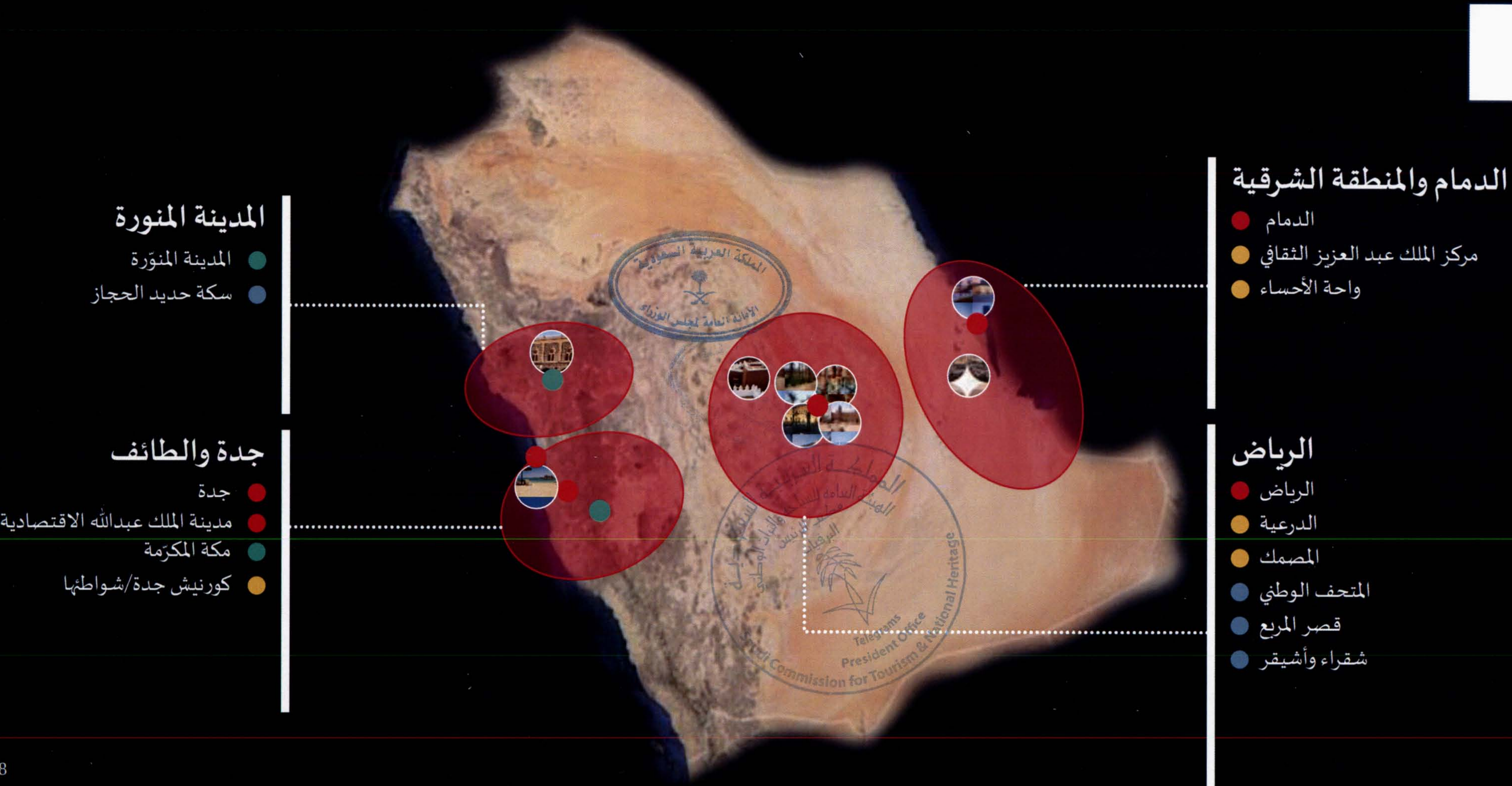

المواقع الجاهزة: سيكون 38 موقعاً جاهزاً بحلول عام 2022 (2/2)

مواقع بإمكانات كبيرة

الموقع	السنة التي سيكون فيها الموقع جاهزاً	هل ستكون مقرات الإقامة جاهزة؟	هل ستكون خدمات الموقع جاهزة؟	هل ستكون الأنشطة جاهزة؟	هل ستكون إمكانية الوصول متاحة؟
قلعة زعبيل	2021	2021	2020	2020	✓
محمية جبل شدا	2021	2021	✓	2020	2020
جبل الفيل	2021	2021	2021	✓	2021
الرأس الأبيض/ ينبع	2021	2021	2020	✓	✓
آيات الحره (حرة خيبر)	2022	✓	202	2022	2021
غراميل العلا	2021	2021	2020	✓	2021
حرات راحة	2022	✓	2022	2022	2021
بحيرة الأصفر	2020	✓	✓	✓	2020
ميناء العقير التاريخي	2020	✓	2020	2020	✓
مزارع الزهور	2021	2021	2020	✓	✓
سوق عكاظ	2022	2021	2021	2022	✓
سكة حديد الحجاز	✓	✓	✓	✓	✓
قصر المربع	✓	✓	✓	✓	✓
كهف هيت	2021	✓	✓	2021	✓
محمية الأيبكس	2022	✓	2022	2021	2020
حديقة خريم	2020	✓	2020	2020	✓
شقراء وأشيقر	✓	✓	✓	✓	✓
المتحف الوطني	✓	✓	✓	✓	✓

في عام 2019، ستطلق المملكة 4 وجهات تشتمل على 15 موقعاً

جاهزة بحلول:
2019



في عام 2020، سيتم إثراء الوجهات الأربع بستة مواقع إضافية

جاهزة بحلول:
2020

الدمام والمنطقة الشرقية
- الدمام
- مركز الملك عبد العزيز الثقافي
- واحة الأحساء
- بحيرة الأصفر
- ميناء العقير التاريخي

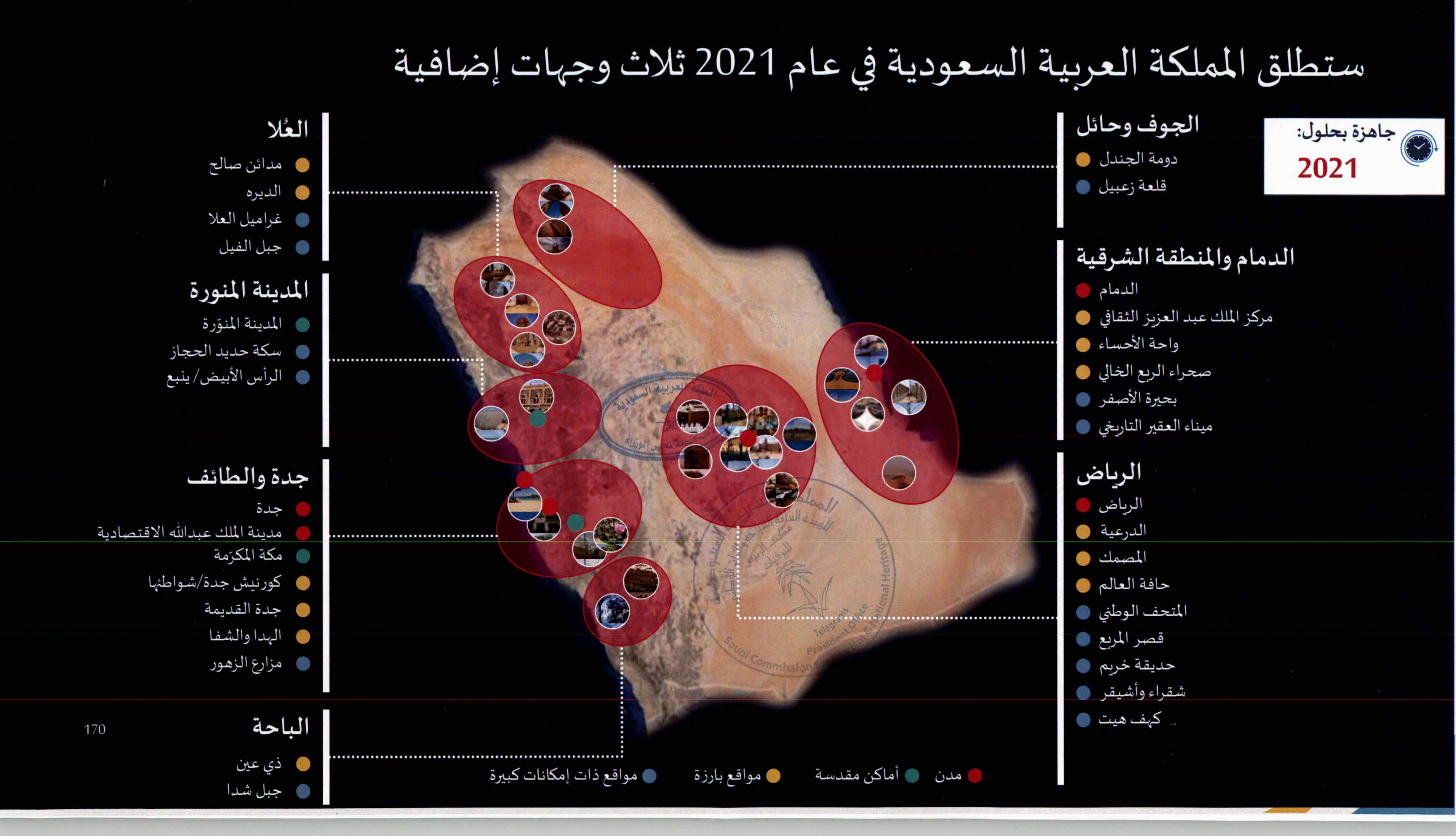
الرياض
- الرياض
- الدرعية
- المصمك
- حافة العالم
- المتحف الوطني
- قصر المربع
- حديقة خريم
- شقراء وأشيقر

المدينة المنورة
- المدينة المنوّرة
- سكة حديد الحجاز

جدة والطائف
- جدة
- مدينة الملك عبدالله الاقتصادية
- مكة المكرّمة
- كورنيش جدة/شواطئها
- جدة القديمة
- الهدا والشفا

مدن | أماكن مقدسة | مواقع بارزة | مواقع ذات إمكانات كبيرة

ستطلق المملكة العربية السعودية في عام 2021 ثلاث وجهات إضافية



ستتضمن 7 وجهات 38 موقعاً بحلول عام 2022

جاهزة بحلول:
2022

الجوف وحائل
- دومة الجندل
- الفنون الصخرية في حائل
- قلعة زعبيل

الدمام والمنطقة الشرقية
- الدمام
- مركز الملك عبد العزيز الثقافي
- واحة الأحساء
- صحراء الربع الخالي
- بحيرة الأصفر
- ميناء العقير التاريخي

الرياض
- الرياض
- الدرعية
- المصمك
- حافة العالم
- المتحف الوطني
- قصر المربع
- حديقة خريم
- شقراء وأشيقر
- كهف هيت
- محمية الأيبكس



العُلا
- مدائن صالح
- الديره
- غراميل العلا
- جبل الفيل

المدينة المنورة
- المدينة المنوّرة
- سكة حديد الحجاز
- الرأس الأبيض/ ينبع
- آيات الحره
- حرات راحة

جدة والطائف
- جدة
- مدينة الملك عبدالله الاقتصادية
- مكة المكرّمة
- كورنيش جدة/شواطئها
- جدة القديمة
- الهدا والشفا
- مزارع الزهور
- سوق عُكاظ

الباحة
- ذي عين
- جبل شدا

تتناول الوجهات السبعة بشكل رئيسي الثقافة والتراث والمغامرة



16 موقعاً لأغراض التراث والثقافة



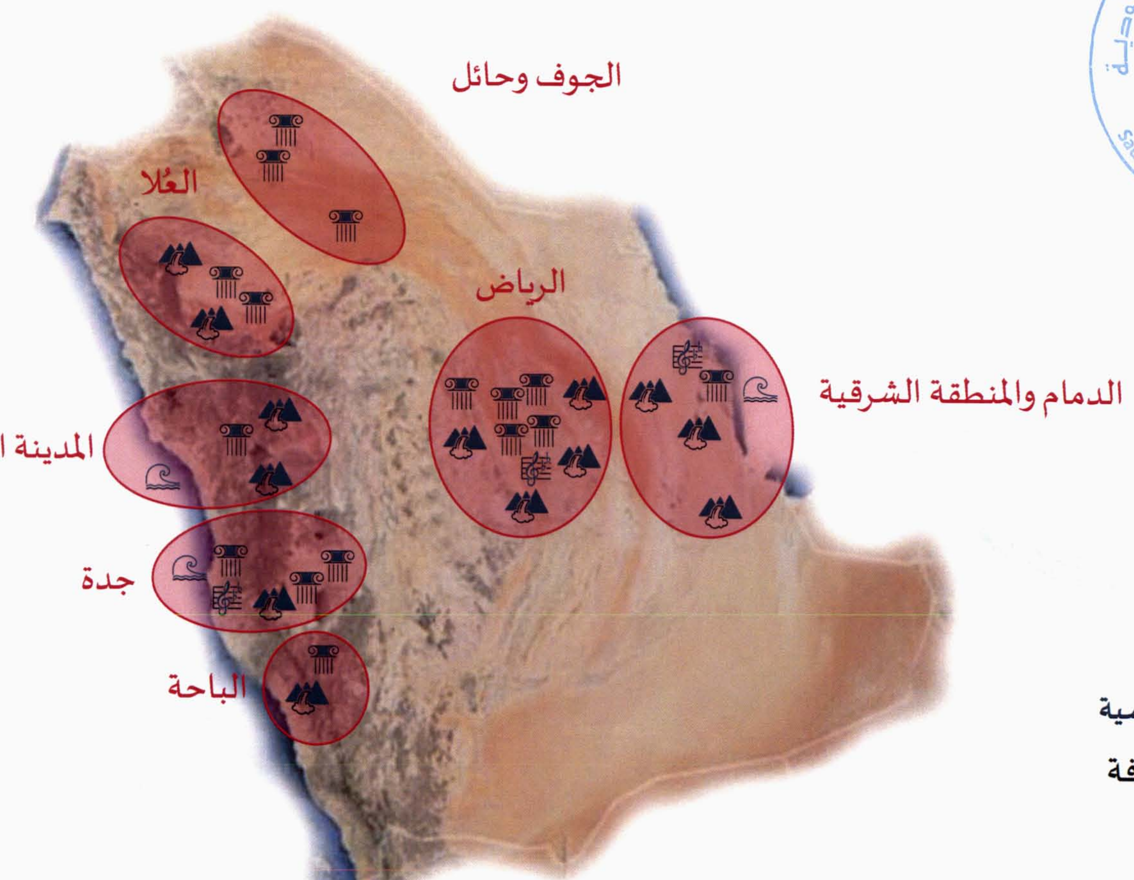
13 موقعاً لأغراض المغامرة

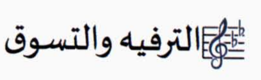


3 مواقع لأغراض الاستمتاع بالشمس والبحر



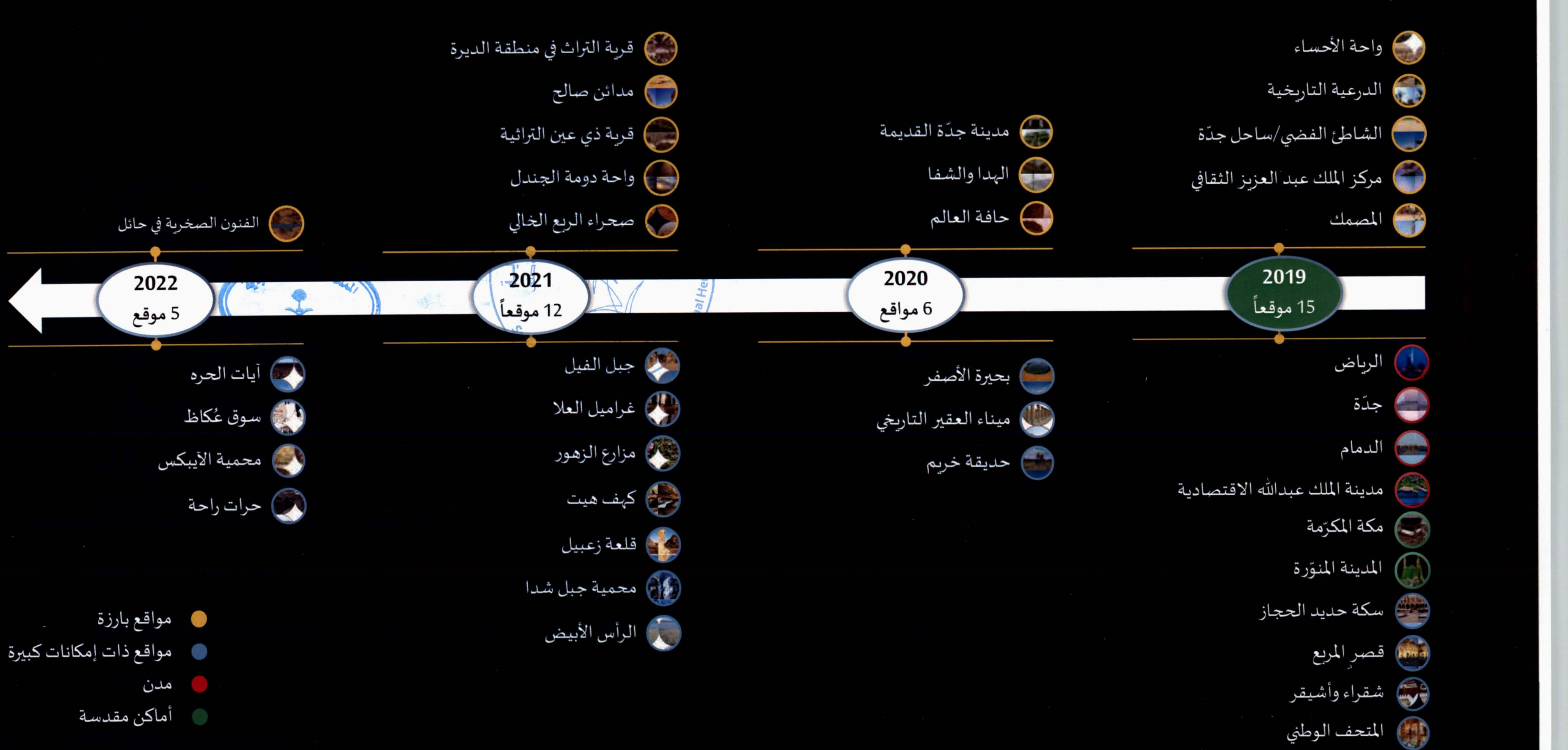
3 مواقع لأغراض الترفيه والتسوق





أغراض السفر الرئيسية
- التراث والثقافة
- المغامرة
- الاستمتاع بالشمس والبحر
- الترفيه والتسوق

المواقع الجاهزة: سيكون 15 موقعاً جاهزاً لإطلاق التأشيرات بحلول عام 2019



الوجهات الجاهزة: ستكون 4 وجهات جاهزة لإطلاق التأشيرات بحلول عام 2019، و3 مواقع إضافية عبر الإنترنت في 2021



علاوة على المواقع الجاهزة الـ38 التي تم تقديمها على سلّم الأولوية، تهدف المشاريع العملاقة إلى إطلاق منتجاتها في 2020-2022

2019

2020

2021

- العُلا
- بوابة الدرعية

2022

- مشروع نيوم
- القدية
- أمالا
- مشروع البحر الأحمر
- السودة

سيتم تأكيد تاريخ الإطلاق لاحقاً



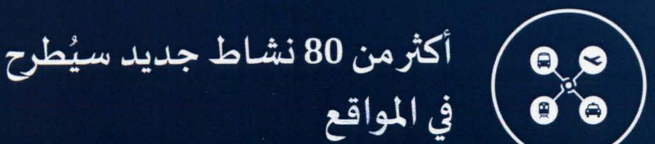
سلوان



حُدّدت إجراءات محورية لتلبية الحد الأدنى من المتطلبات لجميع الوجهات

الإجراءات الرئيسية


10 مراكز جديدة للزوار


أكثر من 80 نشاط جديد سيُطرح في المواقع


تحسين إمكانية الوصول إلى 14 موقعاً

Destination: Dammam & Eastern Province

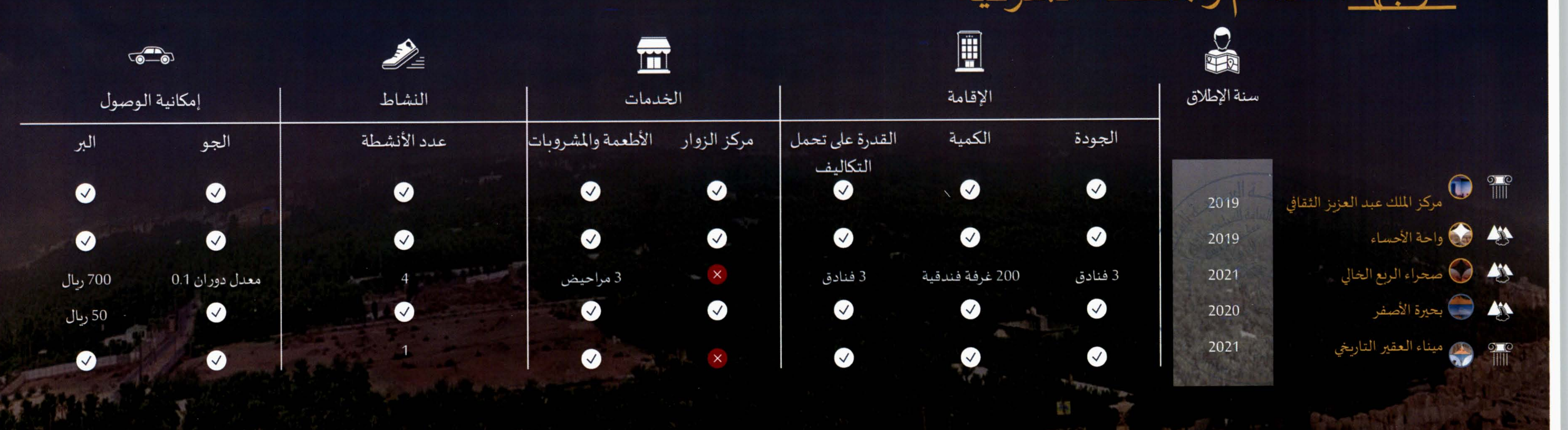
	Launch year	Accommodation			Services		Activity	Accessibility	
		Quality	Quantity	Affordability	Visitor center	F&B	Nb.activities	Air	Land
K.A. Cultural Centre (Ithra)	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Al Ahsa Oasis	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Rub Al Khali desert	2021	3 hotel	200 keys	3 hotels	✗	5 rest.	4	0.1 rot.	700 SAR
Al Asfar Lake	2020	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	50 SAR
Al Ugair Historical Port	2021	✓	✓	✓	✗	✓	1	✓	✓

Actions to meet minimum requirements

- Develop **200+ keys in the Rub Al Khali desert**[1] within 2-3h drive radius of Al Hofuf, potentially as follow:
  - 75 keys in mid scale or luxury desert camp
  - 125 keys in outdoor desert camps with traditional tents
- Develop **a complex for desert activities** in the Eastern Province, with F&B solutions (within 1-2h drive of Al Hofuf)
- Develop **a basic visitor center** in Al Ugair port (provide info on site and a center for watersports)
- Create a **leisure complex with a range of desert activities** (dune bashing, falcon shows, archery, camel ride...)
- Propose **beach and water activities in Al Ugair** to complement offerings in Al Khobar
- **Increase air connectivity from Al Hofuf (HOF)** and/or Saudi Aramco bases in the Rub Al Khali desert
- Coordinate with tour operators to **develop affordable desert adventure experiences** near Al Hofuf

1. Alternatively close to Al Daho for easier accessibility

الوجهة: الدمام والمنطقة الشرقية



الوجهة	سنة الإطلاق	الإقامة: الجودة	الإقامة: الكمية	الإقامة: القدرة على تحمل التكاليف	الخدمات: مركز الزوار	الخدمات: الأطعمة والمشروبات	النشاط: عدد الأنشطة	إمكانية الوصول: الجو	إمكانية الوصول: البر
مركز الملك عبد العزيز الثقافي	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
واحة الأحساء	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
صحراء الربع الخالي	2021	3 فنادق	200 غرفة فندقية	3 فنادق	✗	3 مراحيض	4	معدل دوران 0.1	700 ريال
بحيرة الأصفر	2020	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	50 ريال
ميناء العقير التاريخي	2021	✓	✓	✓	✗	✓	1	✓	✓

الإجراءات المتخذة لتلبية الحد الأدنى من المتطلبات

الإقامة
- تطوير **أكثر من 200 غرفة فندقية في صحراء الربع الخالي**[1] ضمن دائرة يستغرق قطع نصف قطرها 2-3 ساعات بالسيارة من الهفوف، وربما كما يلي:
  - 75 غرفة فندقية في مخيم صحراوي متوسط أو فخم
  - 125 غرفة فندقية في مخيمات صحراوية خارجية بخيم تقليدية

الخدمات
- تطوير مُجمّع للأنشطة الصحراوية في المنطقة الشرقية، مع مطاعم ومقاهي (على بُعد ساعة واحدة إلى ساعتين بالسيارة من الهفوف)
- تطوير **مركز أساسي للزوار في ميناء** العقير (تقديم معلومات في الموقع ومركزاً للرياضات المائية)

النشاط
- إنشاء مجمع ترفيهي يضم مجموعة **من الأنشطة الصحراوية** (التجول عبر الكثبان الرملية، وعروض الصقور والرماية وركوب الإبل...)
- اقتراح **أنشطة الشاطئ والأنشطة المائية في العقير** لاستكمال العروض في الخبر

إمكانية الوصول
- **زيادة الاتصال الجوي من قواعد الهفوف** و/ أو قواعد أرامكو السعودية في صحراء الربع الخالي
- التنسيق مع منظمي الرحلات السياحية **لتطوير مغامرة صحراوية ميسورة التكلفة** بالقرب من الهفوف

1. أو بالقرب من الدهو لوصول أسهل

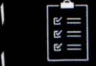
الوجهة: الرياض

الموقع	سنة الإطلاق	الإقامة: الجودة	الإقامة: الكمية	الإقامة: القدرة على تحمل التكاليف	الخدمات: مركز الزوار	الخدمات: الأطعمة والمشروبات	الأنشطة: عدد الأنشطة	إمكانية الوصول: الجو	إمكانية الوصول: البر
الدرعية	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
المصمك	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
حافة العالم	2020	✓	✓	✓	✗	مطعمان	✓	✓	200 ريال
متحف وطني	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
المربع	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
حديقة خريم	2020	✓	✓	✓	✗	مطعم واحد	3	✓	✓
محمية الأيبكس	2022	✓	✓	✓	✓	مطعم واحد	3	✓	60 ريالاً
شقراء وأشيقر	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
كهف هيت	2021	✓	✓	✓	✗	مطعم واحد	2	✓	60 ريالاً

الإجراءات المتخذة لتلبية الحد الأدنى من المتطلبات	الإقامة	الخدمات	الأنشطة	إمكانية الوصول
	لا يوجد إجراء محدد مطلوب	• تأمين المواقع وتطوير مركز الزوار عبر 3 مواقع محددة • اقتراح خيارات الطعام والشراب التي تحظى بقبول السياح الدوليين للمواقع خارج وسط الرياض	• تطوير أنشطة التنزه ومشاهدة الحيوانات في محمية الأيبكس وخريم • التخطيط لأنشطة المغامرات والاستكشاف من قبل المشغّلين المنظمين في كهوف هيت	• التنسيق مع مشغلي الرحلات لتطوير رحلات جماعية ميسورة الأسعار لاستقطاب الزوار إلى 3 مواقع يصعب الوصول إليها

الوجهة: جدة والطائف

الوجهة	سنة الإطلاق	الإقامة: الجودة	الإقامة: الكمية	الإقامة: القدرة على تحمل التكاليف	الخدمات: مركز الزوار	الخدمات: الأطعمة والمشروبات	الأنشطة: عدد الأنشطة	إمكانية الوصول: الجو	إمكانية الوصول: البر
الشاطئ الذهبي/الكورنيش	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
جدة القديمة	2020	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓
الهدا والشفا	2020	فندق واحد	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
مزارع الزهور	2021	فندق واحد	✓	✓	✗	✓	2	✓	✓
سوق عُكاظ	2022	فندق واحد	✓	✓	✗	✓	3	✓	✓



الإجراءات المتخذة لتلبية الحد الأدنى من المتطلبات	الإقامة	الخدمات	الأنشطة	إمكانية الوصول
	• تحفيز الفنادق للتجديد وفق المعايير الدولية (في جدّة، والطائف خاصة) • تطوير 50-100 غرفة فندقية في الجبال قرب الطائف (مثل، الهدا)، على سبيل المثال: - 40 غرفة فندقية في الفنادق النموذجية - 75 غرفة فندقية في المخيمات	• تطوير مركز صغير للزوار ورحلات ذاتية التوجيه في جدة القديمة • تطوير مركز العرض بشأن قطاع الزهور في الطائف • إعادة تفعيل برامج تجديد سوق عُكاظ	• تطوير الرحلات والأنشطة الثقافية لتوسيع جاذبية مزارع الزهور وسوق عُكاظ بعد فترات المهرجانات/تفتح الزهور	لا يوجد إجراء محدد مطلوب

الوجهة: العُلا

الموقع	سنة الإطلاق	الإقامة: الجودة	الإقامة: الكمية	الإقامة: القدرة على تحمل التكاليف	الخدمات: مركز الزوار	الخدمات: الأطعمة والمشروبات	الأنشطة: عدد الأنشطة	إمكانية الوصول: الجو	إمكانية الوصول: البر
مدائن صالح	2021	3 فنادق	150+ غرفة فندقية	3 فنادق	✗	مطعمان	2	0.4 مسار	200 ريال
الديره	2021	3 فنادق	150+ غرفة فندقية	3 فنادق	✓	مطعمان	2	0.4 مسار	200 ريال
غراميل العلا	2021	3 فنادق	150+ غرفة فندقية	3 فنادق	✓	مطعمان	✓	0.4 مسار	200 ريال
جبل الفيل	2021	3 فنادق	150+ غرفة فندقية	3 فنادق	✓	مطعمان	✓	0.4 مسار	200 ريال

الإجراءات المتخذة لتلبية الحد الأدنى من المتطلبات

الإقامة:

- **التنسيق والمواءمة مع الهيئة الملكية لمحافظة العلا** حول خيارات الإقامة حتى 2022
- إذا كان الإمداد محدوداً (الكمية أو الأسعار المعقولة)، تطوير **200-150 غرفة فندقية في العلا** بعروض تناسب نطاقاً من الملامح والميزانيات، على سبيل المثال:
  - 75 غرفة فندقية في مخيم صحراوي فخم
  - 40 غرفة فندقية في فندق نموذجي
  - 95 غرفة فندقية في المخيمات

الخدمات:

- **التحقق مع الهيئة الملكية لمحافظة العلا** لمعرفة ما إذا كانت مراكز الزوار المخطط لها على المسار الصحيح بحلول 2021
- إذا كانت ناقصة، **تطوير مركز أساسي مؤقت للزوار قريب من مدائن صالح** (يعرض تاريخ الموقع ويمثل نقطة بداية للرحلات)

الأنشطة:

- التنسيق مع الهيئة الملكية لمحافظة العلا حول أنشطة الثقافة والمغامرات المخطط لها
- **تكملة العروض الثقافية** إن لزم مع الحرف اليدوية التاريخية، والأسواق وجولات سرد التاريخ في مدائن صالح والديره

إمكانية الوصول:

- توفير رحلات الطيران اليومية بين **العلا والرياض/جدة** على الأقل
- التنسيق مع منظمي الرحلات السياحية **لتطوير رحلات الثقافة والمغامرات** عبر مواقع العُلا

الوجهة: الجوف وحائل





الموقع	سنة الإطلاق	الإقامة: الجودة	الإقامة: الكمية	الإقامة: القدرة على تحمل التكاليف	الخدمات: مركز الزوار	الخدمات: الأطعمة والمشروبات	الأنشطة: عدد الأنشطة	إمكانية الوصول: الجو	إمكانية الوصول: البر
  دومة الجندل	2021	3 فنادق	+150 غرفة فندقية	فندق واحد	✗	✓	2	✓	✓
  الفنون الصخرية في حائل	2022	فندقان	✓	✓	✗	3 مراحيض	3	✓	110 ريال
    قلعة زعبيل	2021	3 فنادق	+ غرفة فندقية	فندق واحد	✗	✓	2	✓	✓

الإجراءات المتخذة لتلبية الحد الأدنى من المتطلبات

الإقامة

- **تحفيز الفنادق المحلية للتجديد والوفاء بالمعايير الدولية**
- تطوير **أكثر من 150 غرفة فندقية في مقرات الإقامة المؤقتة قرب المواقع الطبيعية الخلابة** (مثل الصحراء قرب الفنون الصخرية أو المحميات قرب دومة الجندل)، ربما كما يلي:
  - 50 غرفة فندقية في فندق نموذجي
  - 100 غرفة فندقية في مخيمات بخيم تقليدية

الخدمات

- **توفير مركزين صغيرين للزوار في** دومة الجندل و قلعة زعبيل يشرحان تاريخ منطقة الجوف
- بناء **مركز** متقدم **للزوار بعروض تفاعلية في حائل**، لعرض تاريخ الفنون الصخرية

الأنشطة

- تطوير **منطقة ترفيه في دومة الجندل** بأنشطة ثقافية وترفيهية قرب القلعة والبحيرة على التوالي
- توفير **الرحلات الثقافية من حائل** مع سرد القصص حول الصخور وفرصة اكتشاف التقاليد السعودية

إمكانية الوصول

- التنسيق مع منظمي الرحلات السياحية **لتطوير رحلات الثقافة والمغامرات ميسورة التكلفة** عبر منطقة حائل
- **تحفيز شركات تأجير السيارات الدولية** لتأسيس الفروع في الجوف وحائل

الوجهة: الباحة

	سنة الإطلاق	الإقامة			الخدمات		الأنشطة	إمكانية الوصول	
		الجودة	الكمية	القدرة على تحمل التكاليف	مركز الزوار	الأطعمة والمشروبات	عدد الأنشطة	الجو	البر
ذي عين	2021	3 فنادق	✓	فندق واحد	✗	✓	3	✓	20 ريالاً
جبل شدا	2021	3 فنادق	✓	فندق واحد	✓	✓	1	✓	200 ريال

الإجراءات المتخذة لتلبية الحد الأدنى من المتطلبات

- **تحفيز الفنادق المحلية للتجديد** وتقديم الخدمات التي تلبي بالمعايير الدولية
- تطوير **أكثر من 100 غرفة فندقية في مقرات الإقامة المؤقتة في محمية جبل شدا**، ربما كما يلي:
  - 50 غرفة فندقية في فندق نموذجي
  - 75 غرفة فندقية في مخيمات بخيم تقليدية

- تطوير **مركز صغير للزوار** في ذي عين، بمرافق أساسية ومعلومات عن تاريخ الموقع

- تطوير **العروض الثقافية في ذي عين** (برحلات مع دليل، والسوق التقليدي والحرف اليدوية، والعروض...)
- اقتراح **عروض المغامرات والرفاه في جبال شدا** (التنزه، وتسلق الجبال، و التحليق المظلي، وملاذات اليوغا)

- التنسيق مع منظمي الرحلات السياحية **لتطوير رحلات منظمة ميسورة التكلفة بالقرب من الباحة**
- **تحفيز شركات تأجير السيارات** الدولية لتأسيس الفروع في حائل

الوجهة: المدينة المنوّرة

الوجهة	سنة الإطلاق	الإقامة: الجودة	الإقامة: الكمية	الإقامة: القدرة على تحمل التكاليف	الخدمات: مركز الزوار	الخدمات: الأطعمة والمشروبات	الأنشطة: عدد الأنشطة	إمكانية الوصول: الجو	إمكانية الوصول: البر
سكة حديد الحجاز	2019	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
أيات الحره	2022	✓	✓	✓	✗	3 مراحيض	5	✓	700 ريال
حرات راحة	2022	✓	✓	✓	✗	4 مطاعم	4	✓	700 ريال
الرأس الأبيض/ ينبع	2022	✓	✓	✓	✓	4 مطاعم	4	✓	✓

الإجراءات المتخذة لتلبية الحد الأدنى من المتطلبات

الإقامة: لا يوجد إجراء محدد مطلوب

الخدمات:
- **تأمين وتطوير طرق الوصول وتوفير خدمات الزوّار الأساسية** عبر مواقع بركانية مختارة
- **اقتراح خيارات الطعام والشراب التي تحظى بقبول السياح الدوليين** عبر المواقع والمدن القريبة من المدينة المنوّرة (مثل ينبع)

الأنشطة:
- **توفير نطاق من أنشطة المغامرات حول البراكين** (رحلات الاستكشاف بالسيارات رباعية الدفع، والتنزه، والتسلق)
- اقتراح **الأنشطة المائية والشاطئية الجديدة في رأس الأبيض/ينبع** (الرياضات المائية، مركز الغوص، رحلات القوارب)

إمكانية الوصول:
- التنسيق مع منظمي الرحلات السياحية **لتطوير رحلات منظمة ميسورة التكلفة لاستكشاف البراكين السوداء والبيضاء في المدينة**



الإقامة: أربعة حلول قصيرة الأمد لتحسين خيارات الإقامة قبل عام 2022



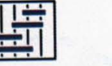
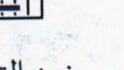
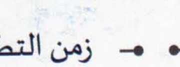
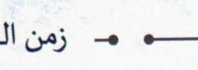
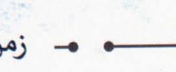
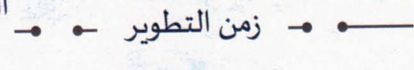
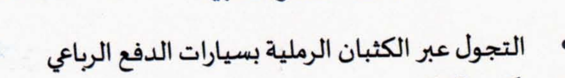
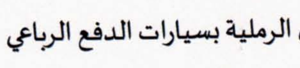
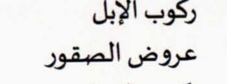
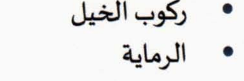
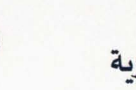
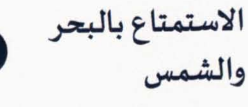
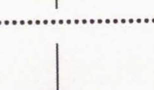
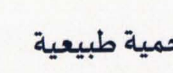



	منتجع صحراوي فخم	مخيم صحراوي متوسط المستوى	فنادق نموذجية	المخيم
الوصف	مقرات إقامة كالفنادق، في مبنى على شكل خيمة بأسس ثابتة وجران خرسانية	غرف داخل أجنحة، في مبنى على شكل خيمة بأسس ثابتة وجدران خرسانية	وحدات جاهزة منتشرة حول منطقة طبيعية، بمرافق داخل الجناح	منطقة تخييم مع خيم مريحة مثبتة مسبقاً
مستوى الراحة	5 نجوم (أكثر من 3,750 ريال سعودي/ليلة)	4-3 نجمات (2,250-1,100 ريال سعودي/ليلة)	3 نجوم (1,500-750 ريال سعودي/ليلة)	2-1 نجوم (550-350 ريال سعودي/ليلة)
النفقات الرأسمالية[1]	1.5 – 1.8 مليون ريال سعودي/الغرفة (75 مليون - 90 مليون لنحو 50 غرفة)	980 ألف – 1.2 مليون ريال سعودي/الغرفة (49مليون – 61 مليون ريال سعودي لنحو 50 غرفة)	450 – 650 ألف ريال سعودي/الغرفة (18مليون – 26 مليون ريال سعودي لنحو 40 غرفة)	25 – 37 ألف ريال سعودي/الغرفة (2 مليون - 3 مليون لنحو 75 غرفة)
الإطار الزمني	2 - 3 سنوات	2 - 2.5 سنة	1.5 سنة	9 أشهر
المتطلبات	• التصميم الكامل والمخطط الرئيسي • طرق وصول صخمة • شبكة مرافق أو مولدات • تضاريس مناسبة	• التصميم الكامل والمخطط الرئيسي • طرق وصول صخمة • شبكة مرافق أو مولدات • تضاريس مناسبة	• شريك التطوير • طرق الوصول • المولدات	• التفويض

1. النفقات الرأسمالية المقدرة بما في ذلك التجهيزات لعدد نموذجي من الغرف ضمن كل نوع من أماكن الإقامة (50 للمنتجع والمخيمات الصحراوية، و40 للفنادق النموذجية، و75 للمخيمات.



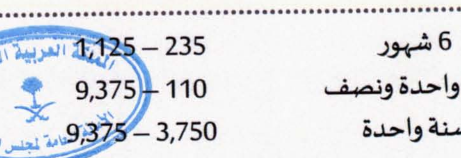
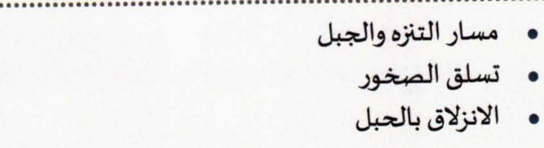
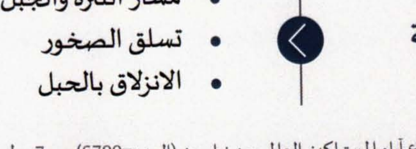
الأنشطة: اختيار 19 نشاطاً يمكن تنفيذه في مختلف المواقع

الموقع	الأنشطة الأكثر شعبية[1]	زمن التطوير	النفقات الرأسمالية (ألف ريال سعودي)	المتطلبات
التجربة الصحراوية	التجول عبر الكثبان الرملية بسيارات الدفع الرباعي	3 أشهر	2,625 – 1,500	**متوسطة**، تدريب ومعدات
	ركوب الإبل	3 أشهر	1,125 – 563	**منخفضة**، تدريب أساسي ومعدات
	عروض الصقور	4 أشهر	1,500 – 750	**منخفضة**، تدريب متوسط ومعدات
	ركوب الخيل	6 شهور	1,325 – 375	**منخفضة**، تدريب متوسط ومعدات
	الرماية	6 شهور	265 – 90	**منخفضة**، معدات
الاستمتاع بالبحر والشمس	مركز الغوص	1.5 سنة	1,725 – 1,010	**مرتفعة**، موقع، ومشغل منظم، ومعدات
	رحلات ركوب القوارب	9 أشهر	1,630 – 960	**متوسطة**، رحلات ومشغلين، ومعدات
	مركز الرياضات المائية	9 أشهر	2,900 – 1,575	**متوسطة**، مشغلين، ومعدات
	الرياضات/الأنشطة الشاطئية	8 أشهر	1,000 – 800	**منخفضة**، معدات
محمية طبيعية	مشاهدة الحيوانات البرية مع الاستيراد	3 سنوات	150.000 -100.000	**مرتفعة للغاية**، رأس المال البشري والمصادر
	مشاهدة الحيوانات البرية بدون الاستيراد	3 شهور	2,625 – 1,315	**متوسطة**، تدريب وصيانة
	مسار التنزه	3 شهور	1,125 – 240	**منخفضة**، التأمين ووضع اللافتات
	مركز الحفظ	2 إلى 3 سنوات	26,250 – 7,500	مرتفعة، معارض، ورأس المال البشري، والمباني
الثقافة	المحافظة على الموقع التاريخي	1 إلى 2 سنة	37,500 – 7,500	**متوسطة**، تخطيط ومعدات
	سوق شعبي	6 شهور	18,700 – 750	**متوسطة**، بناء ومعدات
	عروض الصقور	6 شهور	1,500 – 750	**منخفضة**، تدريب متوسط ومعدات
محمية جبلية	مسار التنزه والجبل	6 شهور	1,125 – 235	**منخفضة**، التأمين ووضع اللافتات
	تسلق الصخور	سنة واحدة ونصف	9,375 – 110	**مرتفعة**، مشغل منظم، ومعدات
	الانزلاق بالحبل	سنة واحدة	9,375 – 3,750	**مرتفعة**، مشغل منظم، بنية تحتية

قائمة مفصلة

1. بناء على استطلاع آراء المستهلكين العالمي من نيلسين (العدد=6700) عبر 7 دول



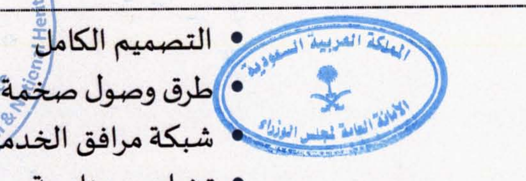
الأنشطة: يمكن تنفيذ مجموعة شاملة من الأنشطة عبر المواقع

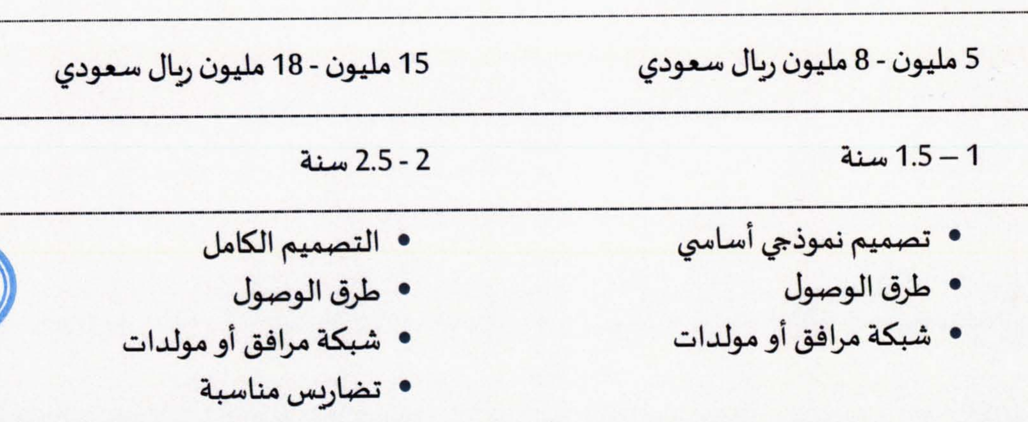
	الأنشطة المحتملة		
التجربة الصحراوية	• التجول عبر الكثبان الرملية بسيارات الدفع الرباعي • ركوب الإبل • عروض الصقور • ركوب الخيل • الرماية	• التزلج على الرمال وركوبها • عربات التجول عبر الكثبان وركوب الدراجات الهوائية • جولة رباعية • سباق الدراجات النارية على الطرق الوعرة • مناطيد الهواء الساخن	• رحلات في طائرات الهليكوبتر • التحليق المظلي • رحلات التنزّه • خيم بدوية • مخيمات/رحلات التنزه والبقاء
الاستمتاع بالبحر والشمس	• مركز الغوص • رحلات ركوب القوارب • مركز الرياضات المائية • الرياضات/الأنشطة الشاطئية	• التزلج على الماء • التزلج على الماء باستخدام الحبل • التزلج على الماء • صيد السمك وإطلاقه	• الغطس باستخدام أنبوب الاستنشاق • الإبحار • التجديف • المجداف
محمية طبيعية	• مشاهدة الحيوانات البرية مع الاستيراد • مشاهدة الحيوانات البرية بدون الاستيراد • مسار التنزه • مركز الحفظ	• القيادة في الطرق الوعرة • ركوب الدراجات • التخييم • الجولات الرباعية	• تدريب البقاء على قيد الحياة • حديقة المغامرات • مناطيد الهواء الساخن • ركوب الخيل
الثقافة	• المحافظة على الموقع التاريخي • السوق التقليدي • عروض الصقور	• المتحف • العروض التفاعلية • ورشة الحرف اليدوية	• مسار المشي • جولات بحافلة أو سيارات رباعية الدفع • جولات بصحبة دليل ومؤتمرات
محمية جبلية	• مسار التنزه والجبل • تسلق الصخور • الانزلاق بالحبل	• القيادة في الطرق الوعرة • ركوب الدراجات الهوائية على المنحدرات الجبلية • حديقة المغامرات	• القفز الحر من الجبال • التحليق المظلي • رحلات في طائرات الهليكوبتر



خدمات الموقع: ثلاثة مستويات ممكنة للاستثمارات عند تطوير خدمات الموقع

	 مركز أساسي للزوار	 مركز زوار مع معرض	 متحف بعروض تفاعلية
الخدمات	إصدار التذاكر دورات المياه المطاعم والمقاهي الأساسية مركز المعلومات (الموقع وغيره) مكتب الأدلاء السياحيين	**مركز أساسي للزوار+** منطقة عرض صغيرة (أقل من 750 متر مربع) مطاعم ومقاهي مع منطقة جلوس اختياري: مطعم	**مركز زوار مع معرض +** منطقة عرض كبيرة (أكثر من 750 متر مربع) مساحات للمؤتمرات الأدلة الصوتية والعروض التفاعلية مطعم
متوسط النفقات الرأسمالية	5 مليون - 8 مليون ريال سعودي	15 مليون - 18 مليون ريال سعودي	90 مليون - 150 مليون ريال سعودي
الإطار الزمني	1 – 1.5 سنة	2 - 2.5 سنة	3 سنوات
المتطلبات	• تصميم نموذجي أساسي • طرق الوصول • شبكة مرافق أو مولدات	• التصميم الكامل • طرق الوصول • شبكة مرافق أو مولدات • تضاريس مناسبة	• التصميم الكامل • طرق وصول صخمة • شبكة مرافق الخدمات • تضاريس مناسبة



أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

- الوجهات الجاهزة
- **الفئات المستهدفة من 2019-2022**
- أعداد الزوار والأثر الاجتماعي والاقتصادي
- المبادرات حتى عام 2022
- مخاطر الاستراتيجية

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات



مُنحت الأولوية لـ 6 فئات من العملاء لأغراض الترفيه الدولي

من خارج الشرق الأوسط

المملكة العربية السعودية كمحطة أولى للزيارة

المستكشفون المغامرون

المسافرون الدوليون الذين يسافرون إلى المملكة لاستكشاف وجهة مغامرة غير مستغلة

المستكشفون الثقافيون

المسافرون الدوليون الذين يسافرون إلى المملكة ليكونوا أول من يستكشف ثقافتها وتراثها

المملكة العربية السعودية كمحطة ثانية للزيارة

الإمارات العربية المتحدة +

المسافرون الدوليون الذين يقضون إجازتهم في الإمارات العربية المتحدة ويسافرون إلى المملكة كمحطة ثانية لأغراض الثقافة والتراث أساساً

الشرق الأوسط +

المسافرون الدوليون الذين يقضون إجازتهم في الشرق الأوسط ويسافرون إلى المملكة كمحطة ثانية لأغراض الثقافة والتراث أساساً

من الشرق الأوسط

دول الخليج

سكان دول الخليج الذين يُسافرون إلى المملكة لأغراض التسوق والترفيه أساساً

الشرق الأوسط

سكان الشرق الأوسط خارج دول الخليج الذين يسافرون إلى المملكة من أجل زيارة المعالم السياحية والأنشطة الثقافية أساساً

فئات حالية تحتاج إلى مزيد من التطوير

فئات جديدة يتعيّن استغلالها

تشكّل الفئات سوقاً مستهدفاً حجمه أكثر من 50 مليون زيارة

من خارج الشرق الأوسط

المملكة العربية السعودية كمحطة أولى للزيارة



المملكة العربية السعودية كمحطة ثانية للزيارة



من الشرق الأوسط





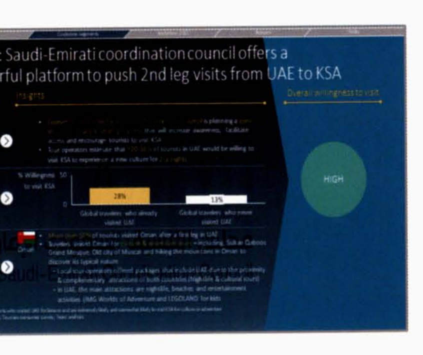


فئات حالية تحتاج إلى مزيد من التطوير

فئات جديدة يتعيّن استغلالها

وضعنا التفاصيل الخاصة بصلة الشرائح السبعة وحجمها واحتياجاتها والمنتج المخصص لها

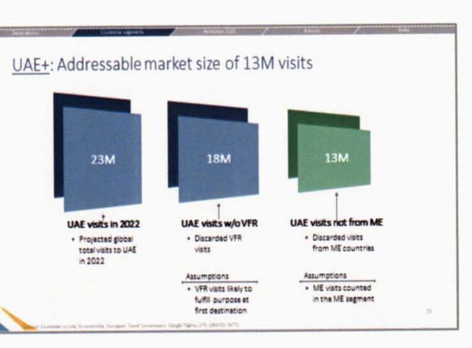
المبررات



صلة الشرائح بناء على المقابلات مع الجهات المعنية في القطاع، والمقارنات المعيارية، واستطلاع آراء المستهلكين

السوق المستهدف

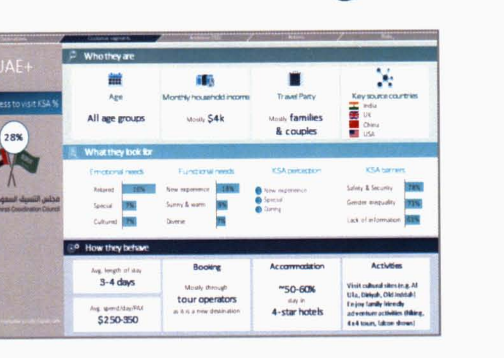




حجم السوق المستهدف المقدر بناء على بيانات منظمة السياحة العالمية وكأس العالم لطواف السيارات

الملامح النموذجية



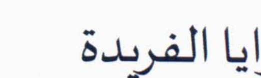
ملامح الشريحة:
- التركيبات السكانية الرئيسية
- الاحتياجات والتصورات للمملكة
- عادات السفر

المُنتَج



- المزايا الفريدة
- المنتجات المخصصة
- رحلات الزوار النموذجية





المستكشفون المغامرون

الملامح النموذجية





الإحساس بالمغامرة والتّميّز والابتعاد عن الواقع



1,100-750 ريال سعودي الإنفاق باليوم لكل مسافر



7-5 أيام ليلة/إقامة







الأصدقاء والأزواج



40-25 سنة

المزايا الفريدة



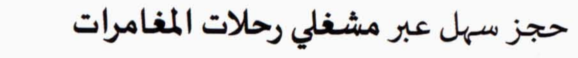
استكشاف مناطق الترفيه الجديدة من الصحارى والأودية والجبال – فريدة من نوعها ولم تمسها يد الإنسان

المنتج



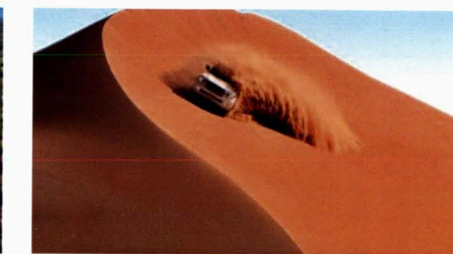
- حجز سهل عبر مشغلي رحلات المغامرات

- مناظر طبيعية لم يمسها البشر
- مجموعة واسعة من الأنشطة بشدة متباينة في الصحراء والجبال والأودية
- رحلات طيران ميسورة التكلفة إلى المملكة



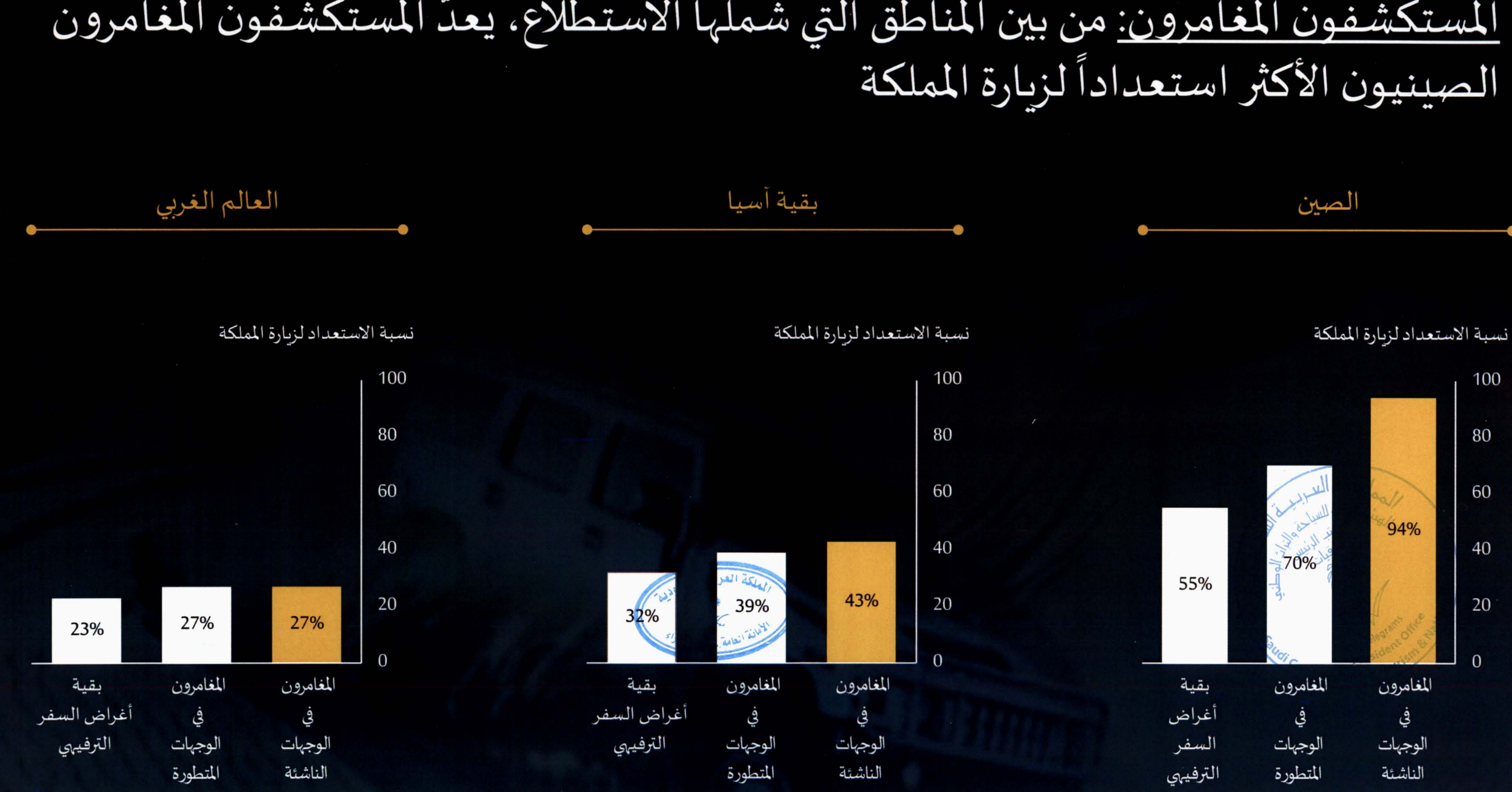
أمثلة







صحراء الربع الخالي | جبل شدا، الباحة | مدائن صالح | جبال العُلا



المستكشفون المغامرون: من بين المناطق التي شملها الاستطلاع، يعدّ المستكشفون المغامرون الصينيون الأكثر استعداداً لزيارة المملكة
الصين
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
100
80
60
40
20
0
94%
70%
55%
المغامرون في الوجهات الناشئة
المغامرون في الوجهات المتطورة
بقية أغراض السفر الترفيهي
بقية آسيا
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
43%
39%
32%
المغامرون في الوجهات الناشئة
المغامرون في الوجهات المتطورة
بقية أغراض السفر الترفيهي
العالم الغربي
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
27%
27%
23%
المغامرون في الوجهات الناشئة
المغامرون في الوجهات المتطورة
بقية أغراض السفر الترفيهي
ملاحظة: تشمل بقية أغراض السفر جميع أغراض السفر باستثناء الأعمال والأغراض الدينية والمغامرة والثقافة
المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ وتحليلات الفريق

المستكشفون المغامرون: كان المغامرون من أوّل المبادرين إلى استكشاف الوجهات الناشئة في دول المقارنة

المصدر	المرئيات
الجهات الفاعلة في القطاع	• أكّد منظمو الرحلات المتخصصون مثل بيك وإنتريد ترافل أن هناك فئة خاصة من المسافرين مستعدون للسير على الأقدام في الطرقات الوعرة في العلا لمشاهدة الأودية المذهلة، وزيارة صحراء الربع الخالي وحافة العالم في الرياض • يعتقد منظمو الرحلات أيضاً أن المملكة العربية السعودية لديها القدرة على مفاجأة المستكشفين المغامرين بسبب حداثة الوجهة طالما كان من الممكن تقليل المخاوف المتعلقة بالسلامة
استطلاع آراء المستهلكين السياحيين	نسبة الاستعداد لزيارة المملكة (0–50): المستكشفون المغامرون في الوجهات الناشئة 37%؛ المستكشفون المغامرون في الوجهات المتطورة 30%؛ بقية أغراض السفر الترفيهي 24%
دول المقارنة	**الأردن** • على الرغم من أن أقل من 5% فقط من الزائرين الأوائل إلى الأردن كانوا من المستكشفين المغامرين، إلا أنهم كانوا سفراء أقوياء ساعدوا في إطلاق مفهوم سياحة المغامرات فيها • انجذب السياح بشكل أساسي إلى رحلات السير على الأقدام في الطرقات الوعرة والمشي في الجبال • كانت دول المصدر الرئيسية هي فرنسا والولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا والمملكة المتحدة **سلطنة عُمان** • كان نحو 10% من الزائرين الأوائل في سلطنة عمان من المستكشفين المغامرين الذين انجذبوا بشكل رئيسي إلى المشي في الجبال الجميلة في صلالة

مستوى الاستعداد لزيارة المملكة



1. مجموع المستجيبين الذين لم يزوروا الشرق الأوسط، وذهبوا في رحلة مغامرة، ومن المرجح جداً أن يزوروا المملكة لغرض السفر ذاته

المصدر: مكالمات الخبراء؛ واستطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ وتحليلات الفريق

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

المستكشفون المغامرون: حجم السوق المستهدف 7 مليون زيارة



تحديد الوجهات الناشئة

- وجهات مختارة بمعدل نمو سنوي مركب للزيارات أكثر من 5.5% و معدل نمو سنوي مركب للناتج المحلي الإجمالي أكثر من 3% بين 2014 و2017



زيارات لأغراض المغامرة في 2022

- إجمالي عدد الزيارات المحسوبة في فئة "المغامرات" في الوجهات الناشئة المختارة

الافتراضات

- يشار إلى الزوار لأغراض المغامرة في الوجهات الناشئة بـ"المستكشفين"

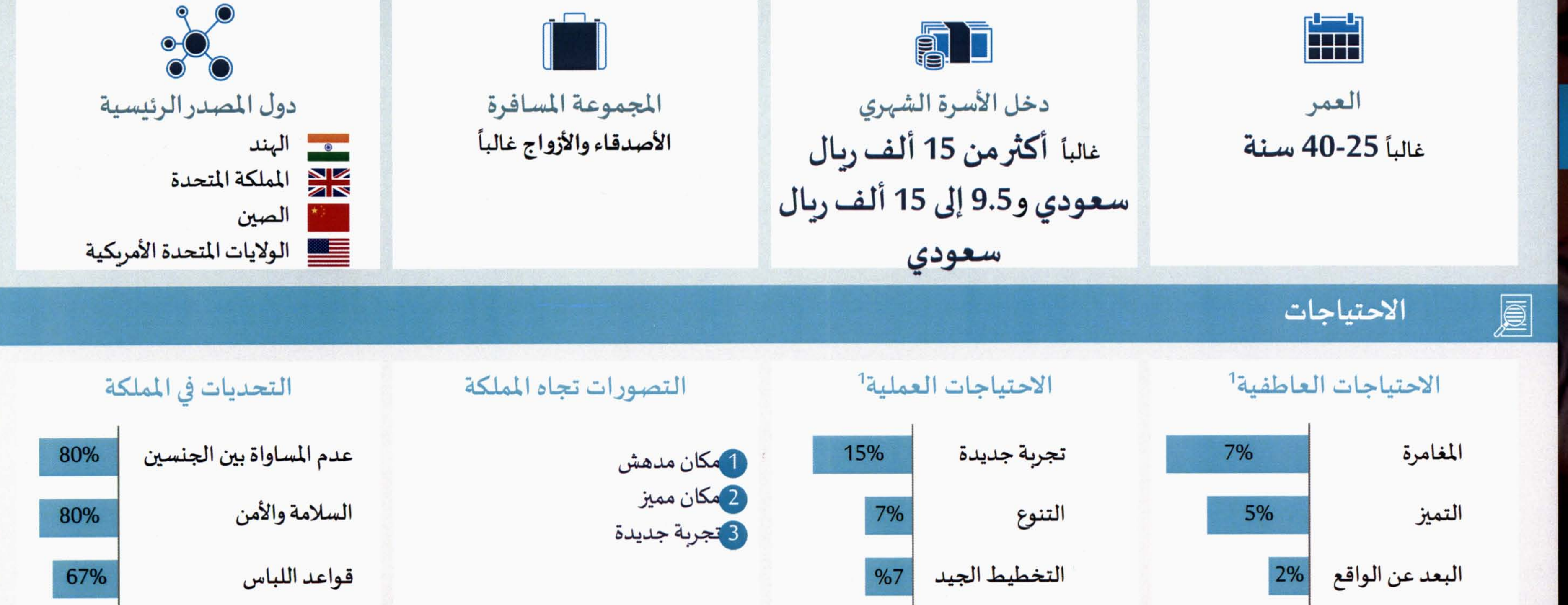


المصدر: استطلاع آراء المستهلكين: ويورومونيتور، وشركة أس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

المستكشفون المغامرون

نسبة الاستعداد لزيارة المملكة

%37



الخصائص

العمر
غالباً 40-25 سنة

دخل الأسرة الشهري
غالباً أكثر من 15 ألف ريال سعودي و9.5 إلى 15 ألف ريال سعودي

المجموعة المسافرة
الأصدقاء والأزواج غالباً

دول المصدر الرئيسية
- الهند
- المملكة المتحدة
- الصين
- الولايات المتحدة الأمريكية

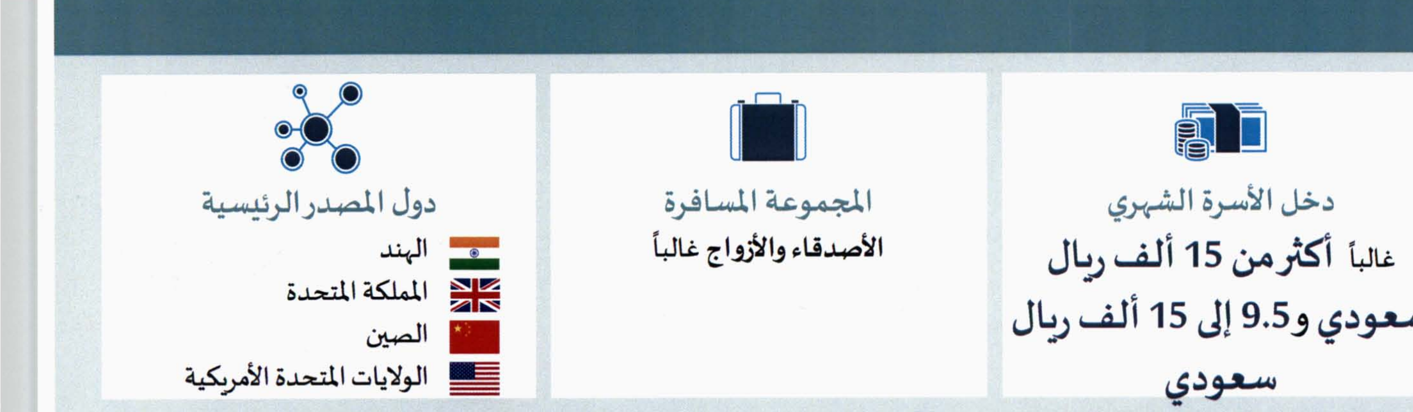
الاحتياجات

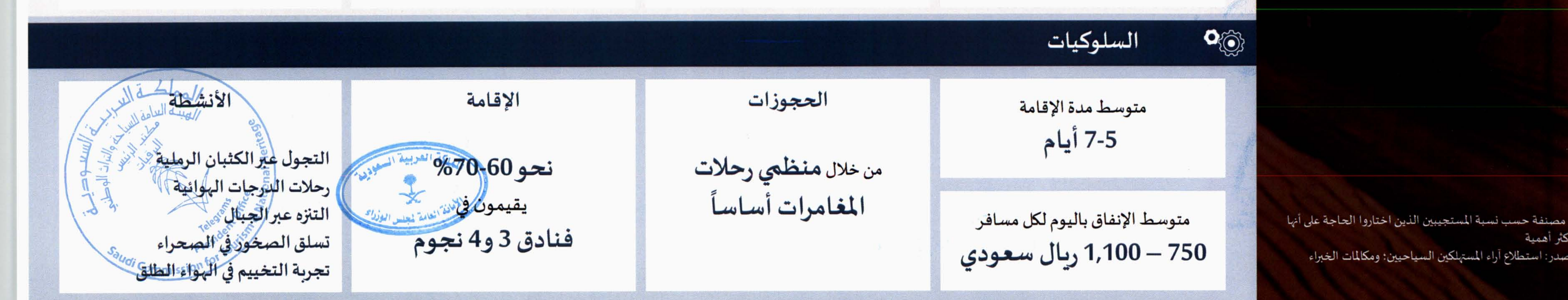
الاحتياجات العاطفية[1]
- المغامرة 7%
- التميز 5%
- البعد عن الواقع 2%

الاحتياجات العملية[1]
- تجربة جديدة 15%
- التنوع 7%
- التخطيط الجيد %7

التصورات تجاه المملكة
1. مكان مدهش
2. مكان مميز
3. تجربة جديدة

التحديات في المملكة
- عدم المساواة بين الجنسين 80%
- السلامة والأمن 80%
- قواعد اللباس 67%





السلوكيات

متوسط مدة الإقامة
7-5 أيام

متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر
750 – 1,100 ريال سعودي

الحجوزات
من خلال منظمي رحلات المغامرات أساساً

الإقامة
نحو 60-%70 يقيمون في فنادق 3 و4 نجوم

الأنشطة
- التجول عبر الكثبان الرملية
- رحلات الدرجات الهوائية
- التنزه عبر الجبال
- تسلق الصخور في الصحراء
- تجربة التخييم في الهواء الطلق

1. مصنفة حسب نسبة المستجيبين الذين اختاروا الحاجة على أنها الأكثر أهمية

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ ومكالمات الخبراء

المستكشفون المغامرون

المنتج: استكشاف مناطق الترفيه الجديدة من الصحارى والأودية والجبال – فريدة من نوعها ولم تمسها يد الإنسان



الحجز

- رحلات منظمة جيداً وشاملة مع جهات رائدة في تنظيم الرحلات السياحية لأغراض المغامرة (مثل. إكسودوس ترافل، ووايلد فرونتيرز. وتير ديفنتشرز)
- سهولة الحجز مع توفير باقات شاملة



الطيران

- رحلات طيران متكررة وبأسعار معقولة إلى المراكز الأوروبية والأمريكية والآسيوية الرئيسية (مثل، أوروبا: لندن، باريس، مدريد، فرانكفورت، أمستردام زيورخ)
- سهولة الدخول من خلال اعتماد إجراءات التأشيرة الإلكترونية السريعة لـ 49 دولة حول العالم



تجربة الوجهة

الإقامة:

- توفر فنادق مريحة وميسورة التكلفة في أبرز المدن (مثل جدّة)
- إمكانية الاستمتاع بتجارب المبيت في بيئات طبيعية فريدة ومتنوعة (من المخيمات الصحراوية في الربع الخالي إلى الأكواخ الجبلية في الباحة)

الأنشطة:

- مجموعة من تجارب المغامرات المتفاوتة الشدة لتناسب جميع الأذواق والميزانيات (من جولات المشي لمسافات طويلة وركوب الدراجات في الجبال إلى التسلق عبر المسار المحمي وتسلق الصخور)
- تجربة مجموعة كاملة من المواقع الطبيعية التي لم تمسها يد الإنسان لقضاء عطلة مليئة بالمغامرات (من الصحراء إلى الجبال والأودية)

الخدمات:

- خدمات الزوّار الأساسية لتجربة آمنة ومريحة
- الاستمتاع بتجربة شاملة للجميع بأسعار معقولة مع مرشدين / مدربين يتحدثون الإنجليزية وواسعي الاطلاع لضمان تجربة ممتعة وآمنة

المستكشفون المغامرون
(2/1)

برنامج الرحلة: استكشاف مناطق الترفيه الجديدة من الصحارى والأودية والجبال – فريدة من نوعها ولم تمسها يد الإنسان

اليوم الأول: واحة الأحساء ومن ثم إلى الربع الخالي

الصباح
اكتشاف واحة الأحساء وبحيرة الأصفر
(جولة بصحبة دليل لموقع اليونسكو والمشي لمسافة صغيرة عبر أشجار النخيل)

بعد الظهر
القيادة 3 ساعات إلى الربع الخالي والاستقرار في مخيم صحراوي (جولة بسيارة رباعية الدفع، وركوب الجمال)

المساء
الاستمتاع بأمسية ساحرة في الربع الخالي
(عشاء تقليدي، وتأمل النجوم)

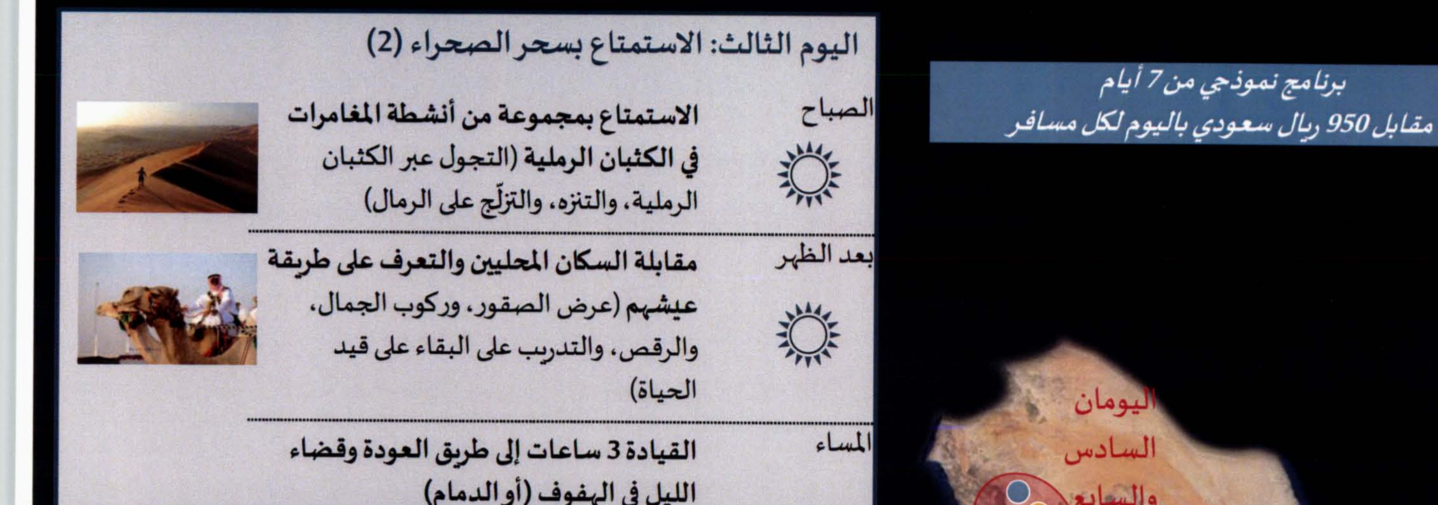
اليوم الثاني: الاستمتاع بسحر الصحراء

الصباح
الاستمتاع بمجموعة من أنشطة المغامرات في الكثبان الرملية (التجول عبر الكثبان الرملية، والتنزه، والتزلّج على الرمال)

بعد الظهر
مقابلة السكان المحليين والتعرف على طريقة عيشهم (عرض الصقور، وركوب الجمال، والرقص، والتدريب على البقاء على قيد الحياة)

المساء
رحلة ثانية في المخيم الصحراوي

برنامج نموذجي من 7 أيام
مقابل 950 ريال سعودي باليوم لكل مسافر





اليوم الثالث: الاستمتاع بسحر الصحراء (2)

الصباح
الاستمتاع بمجموعة من أنشطة المغامرات في الكثبان الرملية (التجول عبر الكثبان الرملية، والتنزه، والتزلّج على الرمال)

بعد الظهر
مقابلة السكان المحليين والتعرف على طريقة عيشهم (عرض الصقور، وركوب الجمال، والرقص، والتدريب على البقاء على قيد الحياة)

المساء
القيادة 3 ساعات إلى طريق العودة وقضاء الليل في الهفوف (أو الدمام)

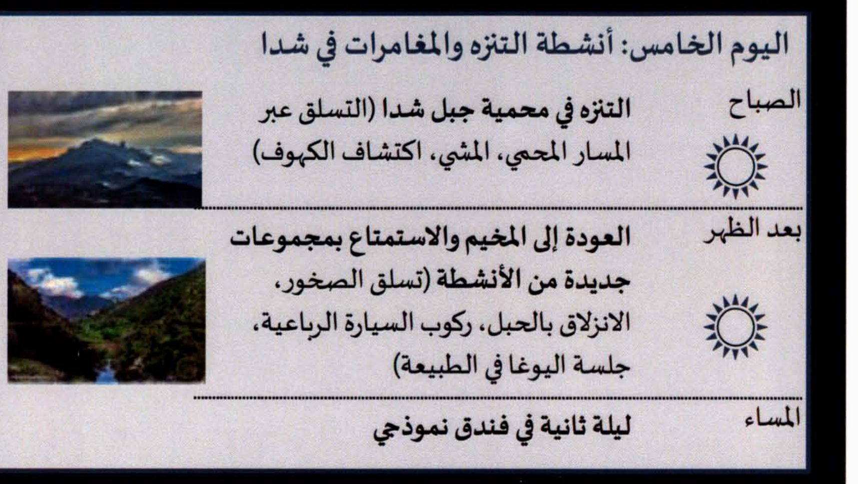
اليوم الرابع: خوض المغامرات في الباحة

الصباح
الطيران إلى الباحة

بعد الظهر
اكتشاف قرية ذي عين والمشي في الجبل المحيط
(جولة بصحبة دليل، وحرف يدوية، وتنزه)

المساء
الاستقرار في فندق نموذجي محاط بجبال الباحة (أمسية وعشاء وسط النيران المشتعلة)

برنامج الرحلة: استكشاف مناطق الترفيه الجديدة من الصحارى والأودية والجبال – فريدة من نوعها ولم تمسها يد الإنسان



اليوم الخامس: أنشطة التنزه والمغامرات في شدا

الصباح	التنزه في محمية جبل شدا (التسلق عبر المسار المحمي، المشي، اكتشاف الكهوف)
بعد الظهر	العودة إلى المخيم والاستمتاع بمجموعات جديدة من الأنشطة (تسلق الصخور، الانزلاق بالحبل، ركوب السيارة الرباعية، جلسة اليوغا في الطبيعة)
المساء	ليلة ثانية في فندق نموذجي



اليوم السادس: العُلا التاريخية

الصباح	الطيران إلى العُلا
بعد الظهر	جولة تنزه صغيرة حول ماضي المملكة قبل الإسلام (مدائن صالح والأضرحة الأخرى)
المساء	ليلة في مخيم صحراوي تقليدي (التخييم مع عشاء بدوي تقليدي)

برنامج نموذجي من 7 أيام
مقابل 950 ريال سعودي باليوم لكل مسافر



اليوم السابع: التاريخ والطبيعة في العُلا

الصباح	الاستمتاع بأنشطة المغامرات في غراميل أو الهيت (جولة بسيارة رباعية الدفع، التنزه، تسلق الصخور)
بعد الظهر	استكشاف قرية الديرة المهجورة والتواصل مع السكان المحليين (المتحف، السوق، التنزه في المنطقة)
المساء	العودة (مباشرة أو عبر جدّة)

المستكشفون الثقافيون

الملامح النموذجية



أكثر من 40 عاماً	الأزواج	7-5 ليلة/إقامة	1,1 ألف -1,9 ألف الإنفاق باليوم لكل مسافر	التعرف على الثقافات الجديدة والإحساس بالتميّز والاسترخاء

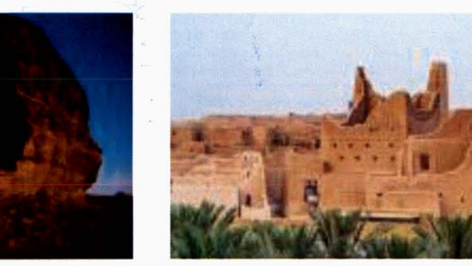
المزايا الفريدة

استكشاف آخر وجهة عربية أصيلة زاخرة بالتاريخ والكنوز المخفية

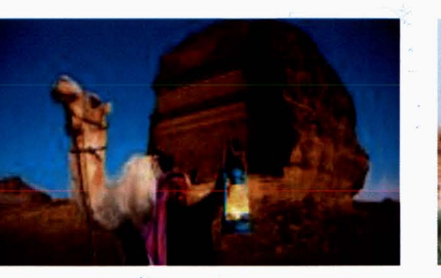
المنتج

- **باقات شاملة** من خلال منظمي الرحلات الدوليين
- أبرز **المواقع التاريخية في العالم العربي**
- **التواصل مع السكان المحليين** لاستكشاف الثقافة السعودية
- **أدلاء سياحيون** متخصصون **يتحدثون الإنجليزية**

أمثلة



بوابة الدرعية



مدائن صالح

الفنون الصخرية في حائل

مدينة جدّة القديمة



المستكشفون الثقافيون: كان المغامرون الثقافيون من أول المبادرين إلى استكشاف الوجهات الناشئة في دول المقارنة

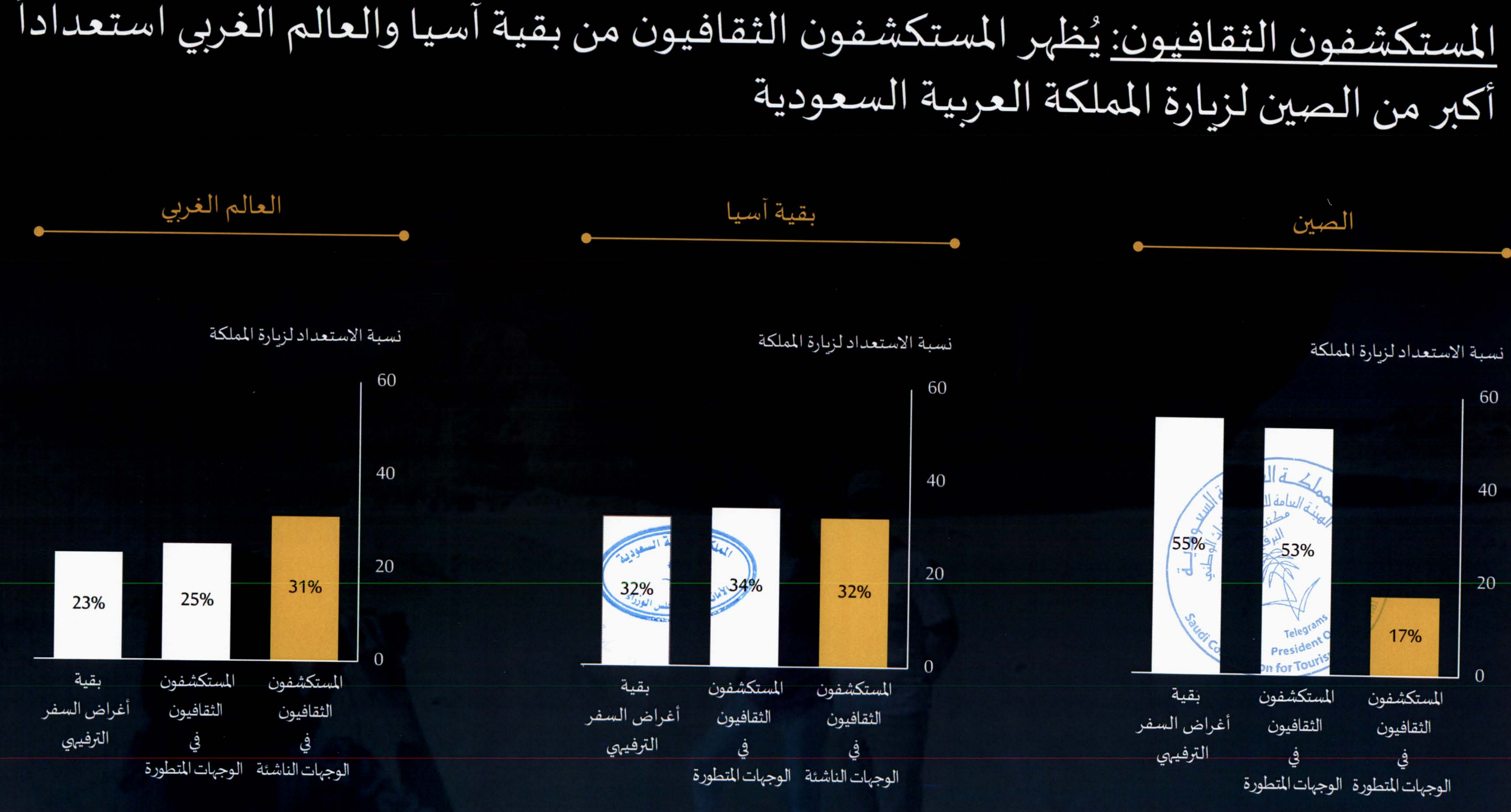
المصدر	المرئيات
الجهات الفاعلة في القطاع	• أكّد منظمو الرحلات الثقافية المتخصصون أن المستكشفين الثقافيين سيكونون على استعداد للذهاب إلى المملكة العربية السعودية لاستكشاف الثقافة غير المستغلة لمدة 5-7 أيام • أكد منظمو الرحلات أيضاً أن هنالك فئة خاصة من المستكشفين الثقافيين مستعدون للذهاب إلى المملكة لزيارة المواقع الثقافية المختلفة. حيث تعد مدن صالح في العلا وجدة القديمة والمتحف الوطني وبوابة الدرعية مناطق الجذب الرئيسية
استطلاع آراء المستهلكين السياحيين	نسبة الاستعداد لزيارة المملكة (0–50): المستكشفون الثقافيون في الوجهات الناشئة: 31% المستكشفون الثقافيون في الوجهات المتطورة: 25% بقية أغراض السفر الترفيهي: 24%
دول المقارنة	**مصر** • أكثر من 30% من الزائرين الأوائل لمصر كانوا من المستكشفين الثقافيين الذين ذهبوا لاستكشاف المواقع الثقافية في الأقصر وأسوان ورؤية الأهرامات • مثلت ألمانيا وفرنسا وإيطاليا وروسيا دول المصدر الرئيسية في مصر **الأردن** • كانت مناطق الجذب الرئيسية للمستكشفين الثقافيين الأوائل في الأردن هي البتراء وجبل نيبو والمدرج الروماني في عمان • مثلت المملكة المتحدة وألمانيا وفرنسا والولايات المتحدة دول المصدر الرئيسية في الأردن

مستوى الاستعداد لزيارة المملكة



1. مجموع المستجيبين الذين لم يزوروا الشرق الأوسط، وكانوا في رحلة ثقافية ومن المرجح جداً إلى مرجح بعض الشيء أن يزوروا المملكة لغرض السفر ذاته

المصدر: مكالمات الخبراء؛ واستطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ وتحليلات الفريق



المستكشفون الثقافيون: يُظهر المستكشفون الثقافيون من بقية آسيا والعالم الغربي استعداداً أكبر من الصين لزيارة المملكة العربية السعودية
الصين
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
60
40
20
0
55%
53%
17%
بقية أغراض السفر الترفيهي
المستكشفون الثقافيون في الوجهات المتطورة
المستكشفون الثقافيون في الوجهات المتطورة
بقية آسيا
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
60
40
20
0
32%
34%
32%
بقية أغراض السفر الترفيهي
المستكشفون الثقافيون في الوجهات المتطورة
المستكشفون الثقافيون في الوجهات الناشئة
العالم الغربي
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
60
40
20
0
23%
25%
31%
بقية أغراض السفر الترفيهي
المستكشفون الثقافيون في الوجهات المتطورة
المستكشفون الثقافيون في الوجهات الناشئة
ملاحظة: تشمل بقية أغراض السفر جميع أغراض السفر باستثناء الأعمال والأغراض الدينية والمغامرة والثقافة
المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ وتحليلات الفريق



المستكشفون الثقافيون: حجم السوق المستهدف 16 مليون زيارة



تحديد الوجهات الناشئة

- وجهات مختارة بمعدل نمو سنوي مركب للزيارات أكثر من 5.5% و معدل نمو سنوي مركب للناتج المحلي الإجمالي أكثر من 3% بين 2014 و2017

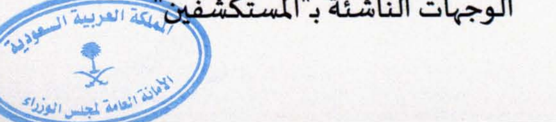


زيارات لأغراض الثقافة في 2022

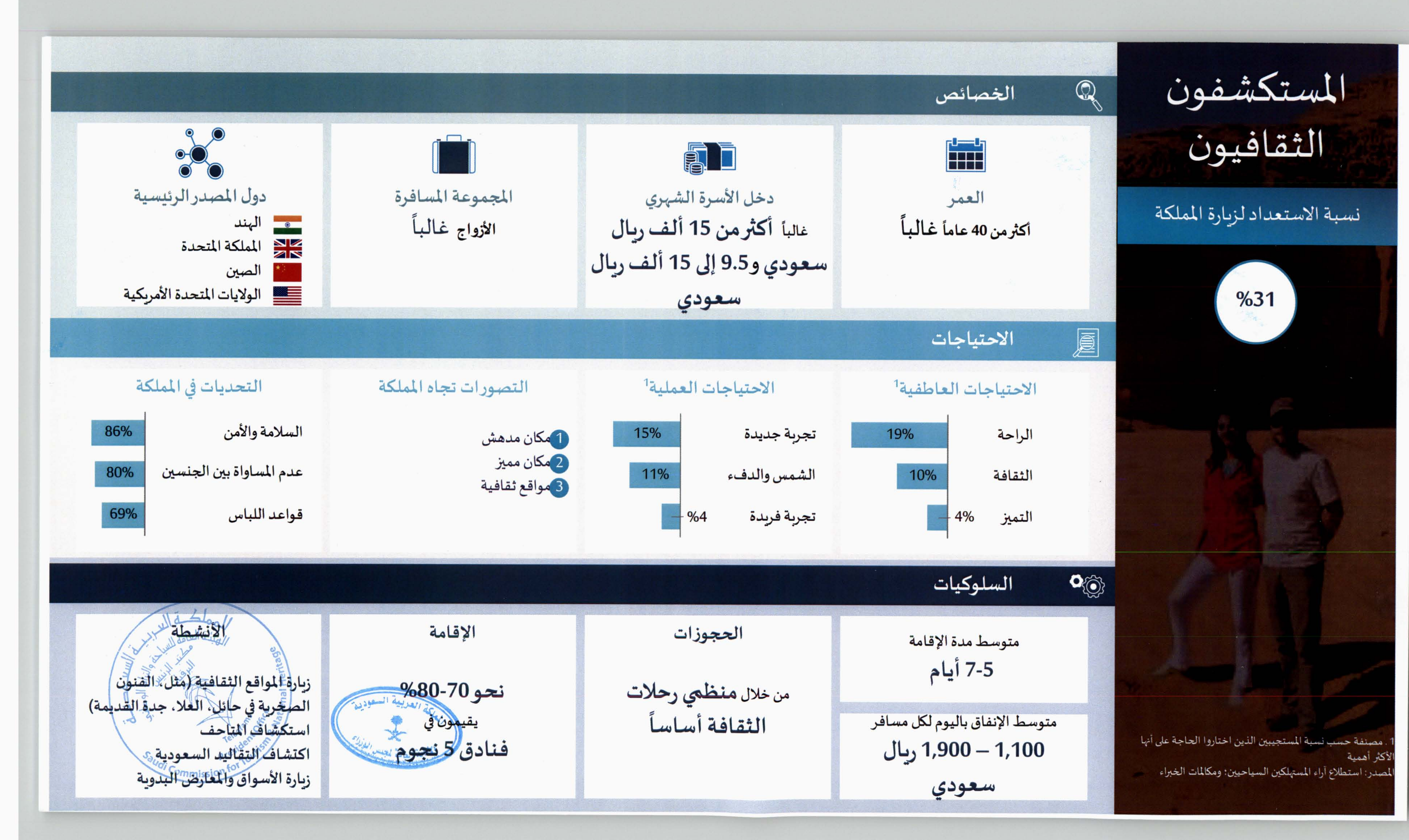
- إجمالي عدد الزيارات المحسوبة في فئة "الثقافة" في الوجهات الناشئة المختارة

الافتراضات

- يشار إلى الزوار لأغراض الثقافة في الوجهات الناشئة بـ"المستكشفين"



المصدر: استطلاع آراء المستهلكين: يورومونيتور، وشركة أس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر



المستكشفون الثقافيون
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
%31
الخصائص
العمر
أكثر من 40 عاماً غالباً
دخل الأسرة الشهري
غالباً أكثر من 15 ألف ريال سعودي و9.5 إلى 15 ألف ريال سعودي
المجموعة المسافرة
الأزواج غالباً
دول المصدر الرئيسية
الهند
المملكة المتحدة
الصين
الولايات المتحدة الأمريكية
الاحتياجات
الاحتياجات العاطفية[1]
الراحة 19%
الثقافة 10%
التميز 4%
الاحتياجات العملية[1]
تجربة جديدة 15%
الشمس والدفء 11%
تجربة فريدة %4
التصورات تجاه المملكة
1 مكان مدهش
2 مكان مميز
3 مواقع ثقافية
التحديات في المملكة
السلامة والأمن 86%
عدم المساواة بين الجنسين 80%
قواعد اللباس 69%
السلوكيات
متوسط مدة الإقامة
7-5 أيام
متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر
1,100 – 1,900 ريال سعودي
الحجوزات
من خلال منظمي رحلات الثقافة أساساً
الإقامة
نحو 70-80% يقيمون في فنادق 5 نجوم
الأنشطة
زيارة المواقع الثقافية (مثل الفنون الصخرية في حائل، العلا، جدة القديمة)
استكشاف المتاحف
اكتشاف التقاليد السعودية
زيارة الأسواق والمعارض البدوية
1. مصنفة حسب نسبة المستجيبين الذين اختاروا الحاجة على أنها الأكثر أهمية
المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ ومكالمات الخبراء



المستكشفون الثقافيون

المنتج: استكشاف آخر وجهة عربية أصيلة زاخرة بالتاريخ والكنوز المخفية



الحجز

- رحلات منظمة جيداً يمكن حجزها من خلال منظمي الرحلات الدوليين الرائدين (مثل، وايلد فرونتيرز، وتي يو آي)
- سهولة الحجز مع توفر باقات شاملة



الطيران

- رحلات طيران متكررة وبأسعار معقولة إلى المراكز الأوروبية والأمريكية والآسيوية الرئيسية (مثل، أوروبا: لندن، باريس، مدريد، فرانكفورت، أمستردام زيورخ)
- سهولة الدخول من خلال اعتماد إجراءات التأشيرة الإلكترونية السريعة لـ 49 دولة حول العالم



تجربة الوجهة

الإقامة:

- إقامات مريحة في فنادق 4 أو 5 نجوم فاخرة في مدن كبرى (الرياض وجدة)
- تكّملها تجربة مبيت عربية مميزة في المخيمات الصحراوية أو الفنادق الفاخرة عند زيارة المواقع الثقافية البعيدة (مثل، الفنون الصخرية في حائل، والعلا)

الأنشطة:

- زيارة المواقع الثقافية العربية الرائدة، التي تغطي فترات الحضارة الإنسانية الرئيسية، من العصر الحجري (الفنون الصخرية في حائل)، إلى المملكة النبطية ما قبل الإسلامية (العلا)، إلى جدة القديمة (القرون 7 إلى 16) والدرعية (القرن الثامن عشر)
- عيش التجربة والتواصل مع السكان المحليين من خلال مجموعة من الأنشطة التقليدية (العروض المحلية، وزيارات السوق، والحرف اليدوية، وتذوق الطعام ...)

الخدمات:

- توفير تجربة مميزة ومريحة، من خلال زيارة مواقع تم الحفاظ عليها بشكل جيّد ومراكز الزوار التي تقدم جميع الخدمات الأساسية
- الاستمتاع بجولات شاملة مع أدلاء واسعي الاطلاع يتحدثون الإنجليزية لخوض تجربة سهلة وآمنة وتثقيفية

المستكشفون الثقافيون (2/1)

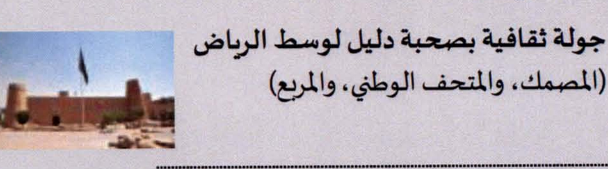
برنامج الرحلة: استكشاف آخر وجهة عربية أصيلة زاخرة بالتاريخ والكنوز المخفية

برنامج نموذجي من 7 أيام
مقابل 1.350 ريال سعودي باليوم لكل مسافر

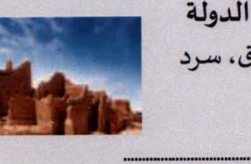
اليوم التمهيدي: الوصول إلى الرياض
الطيران إلى الرياض، والاستقرار في فندق مميز

اليوم الأول: وسط الرياض

الصباح
جولة ثقافية بصحبة دليل لوسط الرياض (المصمك، والمتحف الوطني، والمربع)

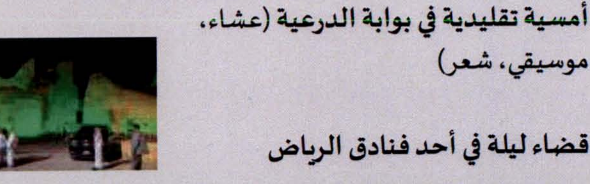


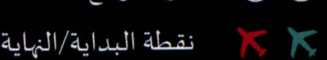
بعد الظهر
زيارة الدرعية والتعرف على نشأة الدولة السعودية (الحرف اليدوية، السوق، سرد القصص، المتحف)



المساء
أمسية تقليدية في بوابة الدرعية (عشاء، موسيقى، شعر)

قضاء ليلة في أحد فنادق الرياض







النقل الجوي/ البري
أبرز المواقع
نقطة البداية/النهاية

اليوم الثاني: جولة حول الرياض

الصباح
القيادة بالسيارة لمدة ساعة لاكتشاف قرية الطين وأشقر وأشيقر (جولة حول المواقع، حرف يدوية)

بعد الظهر
مغامرة إلى حافة العالم والاختيار من بين مجموعة من أنشطة المغامرات (رحلات الاستكشاف بالسيارات رباعية الدفع، والتنزه، وتسلق الصخور)

المساء
العودة إلى الرياض وقضاء أمسية هادئة

اليوم الثالث: دومة الجندل وحائل

الصباح
الطيران إلى سكاكا
الانغماس في تاريخ الجوف الغني في دومة الجندل وزعبل (المتحف، المشي)

بعد الظهر
القيادة بالسيارة لمدة ساعتين ونصف لاكتشاف موقع الفنون الصخرية في حائل من العصر الحجري (المشي، المتحف، سرد القصص)

المساء
الاستمتاع بتجربة فندق فريد أوتجربة رائعة في حائل



أو العودة إلى الفندق



المستكشفون الثقافيون (2/2)
برنامج الرحلة: استكشاف آخر وجهة عربية أصيلة زاخرة بالتاريخ والكنوز المخفية
اليوم الرابع: العُلا التاريخية
الصباح
القيادة إلى العُلا (3 ساعات ونصف)
بعد الظهر
جولة ثقافية حول ماضي المملكة قبل الإسلام (مدائن صالح والأضرحة الأخرى)
المساء
ليلة في مخيم صحراوي تقليدي (التخييم مع عشاء بدوي تقليدي)
اليوم الخامس: التاريخ والطبيعة في العُلا
الصباح
الاستمتاع بأنشطة المغامرات في غراميل أو الهيت (جولة بسيارة رباعية الدفع، التنزه، عرض الصقور)
بعد الظهر
استكشاف قرية الديرة المهجورة والتواصل مع السكان المحليين (المتحف، جولة المشي، السوق)
المساء
الطيران وقضاء ليلة في فندق مطل على البحر في جدّة
برنامج نموذجي من 7 أيام
مقابل 1.350 ريال سعودي باليوم لكل مسافر
اليوم الثالث
اليومان الرابع والخامس
اليومان الأول والثاني
اليومان السادس والسابع
النقل الجوي/ البري
أبرز المواقع
نقطة البداية/النهاية
اليوم السادس: وسط جدّة
الصباح
جولة ثقافية بصحبة دليل إلى جدة القديمة (الحرف اليدوية، السوق، المتحف)
بعد الظهر
الاستراحة في فترة الظهيرة على طول كورنيش جدة وشواطئها (زيارة المنارة، جولة بالقارب)
المساء
عشاء تقليدي في جدّة
اليوم السابع: الطائف ومزارع الورد
الصباح
القيادة بالسيارة لمدة ساعتين إلى الطائف والصعود إلى الهدا والشفا (ركوب التلفريك، التنزه)
بعد الظهر
قضاء فترة الظهيرة في اكتشاف مزارع الورد أو الاستمتاع بسوق عُكاظ، حسب الموسم (المهرجانات، جولات الاكتشاف)
المساء
أمسية تقليدية للاستمتاع بالضيافة السعودية للمرة الأخيرة (عشاء، موسيقى، شعر)
قضاء ليلة في الطائف أو جدة



الإمارات العربية المتحدة+

الملامح النموذجية





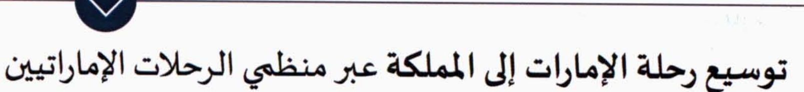






كافة الفئات العمرية	العائلات والأزواج	4-3 ليالي/إقامة	1,300-900 ريال سعودي الإنفاق باليوم لكل مسافر	التعرف على الثقافات الجديدة والإحساس بالمغامرة والاسترخاء

المزايا الفريدة




إثراء الرحلة إلى الإمارات العربية المتحدة بتجربة عربية أصيلة

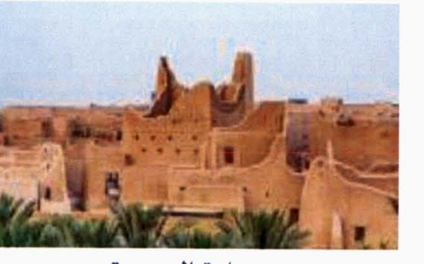
المنتج

- توسيع رحلة الإمارات إلى المملكة عبر منظمي الرحلات الإماراتيين
- أبرز المواقع التاريخية في الخليج
- مناظر طبيعية فريدة ولم تفسدها يد الإنسان
- رحلات مريحة بصبة أدلاء يتحدثون الإنجليزية

أمثلة


بوابة الدرعية


مدائن صالح


جبال العلا


مدينة جدّة القديمة

الإمارات العربية المتحدة+: يقدم مجلس التنسيق السعودي الإماراتي منصة قوية لتعزيز زيارات المحطات الثانية من الإمارات إلى السعودية

المصدر	المرئيات
الجهات الفاعلة في القطاع	• يخطط مجلس التنسيق السعودي الإماراتي، الذي تم تشكيله في عام 2016، لإطلاق برامج التأشيرة السياحية المشتركة والبرامج السياحية التي من شأنها زيادة الوعي وتسهيل الوصول وتشجيع السياح على زيارة المملكة العربية السعودية • يقدر منظمو الرحلات أن نحو 20 إلى 30% من السياح في الإمارات العربية المتحدة على استعداد لزيارة المملكة لتجربة ثقافة جديدة لمدة 2-3 ليال
استطلاع آراء المستهلكين السياحيين	نسبة الاستعداد لزيارة المملكة: المسافرون العالميون الذين زاروا الإمارات بالفعل 28%؛ المسافرون العالميون الذين لم يزوروا الإمارات 13%
دول المقارنة (سلطنة عُمان)	• زار أكثر من 50% من السياح عُمان بعد المحطة الأولى في الإمارات • زار المسافرون سلطنة عمان للقيام بجولات ثقافية ومغامرات - بما في ذلك مسجد السلطان قابوس الكبير ومدينة مسقط القديمة والتنزه في الجبال في عمان لاكتشاف طبيعتها النموذجية - قدم منظمو الرحلات المحليين باقات تشمل الإمارات العربية المتحدة بسبب القرب والمعالم السياحية التكميلية لكلا البلدين (الحياة الليلية، والجولات الثقافية) - تعد الحياة الليلية والشواطئ والأنشطة الترفيهية مناطق الجذب الرئيسية في الإمارات (أي أم جي وورلدز أوف أدفنتشر وليغولاند للأطفال)

مستوى الاستعداد لزيارة المملكة

مرتفع

1. مجموع المستجيبين الذين زاروا الإمارات من أجل الترفيه، ومن المرجح جداً إلى مرجح بعض الشيء أن يزوروا المملكة بغرض الثقافة أو المغامرة

المصدر: مكالمات الخبراء؛ واستطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ وتحليلات الفريق



الإمارات العربية المتحدة+: يظهر المسافرون العالميون الذين سبق لهم أن زاروا الإمارات استعداداً أكبر لزيارة المملكة
الصين
بقية آسيا
العالم الغربي
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
40
30
20
10
0
22%
19%
14%
12%
34%
26%
المسافرون العالميون الذين زاروا الإمارات بالفعل
المسافرون العالميون الذين لم يزوروا الإمارات
مجلس التنسيق السعودي الإماراتي
The Saudi-Emirati Coordination Council
ملاحظة: الاستعداد لزيارة المملكة هو مجموع المستجيبين الذين زاروا الشرق الأوسط خارج الإمارات من أجل الترفيه، ومن المرجح جداً أو مرجح بعض الشيء أن يزوروا المملكة بغرض الثقافة أو المغامرة
المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ وتحليلات الفريق



الإمارات العربية المتحدة+: حجم السوق المستهدف 13 مليون زيارة

23 مليون

زيارات الإمارات في 2022

- إجمالي عدد الزيارات العالمية المتوقعة إلى الإمارات في عام 2022

18 مليون

زيارات الإمارات بدون زيارة الأقارب والأصدقاء

- زيارة الأقارب والأصدقاء غير المحسوبة

الافتراضات

- إمكانية أن تؤدي زيارات الأقارب والأصدقاء الغرض في الوجهة الأولى

13 مليون

زيارات الإمارات من خارج الشرق الأوسط

- الزيارات غير المحسوبة من دول الشرق الأوسط

الافتراضات

- زيارات الشرق الأوسط في شريحة الشرق الأوسط

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين؛ ويوررومونيتور، ولجنة السفر الأوروبية؛ وغلوبال فلايست، وإس تي آر؛ ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

الإمارات العربية المتحدة+

نسبة الاستعداد لزيارة المملكة



%28



مجلس التنسيق السعودي الإماراتي
The Saudi-Emirati Coordination Council



الخصائص



العمر

كافة الفئات العمرية



دخل الأسرة الشهري

غالباً أكثر من 15 ألف ريال سعودي



المجموعة المسافرة

العائلات والأزواج غالباً



دول المصدر الرئيسية

- الهند
- المملكة المتحدة
- الصين
- الولايات المتحدة الأمريكية

الاحتياجات

الاحتياجات العاطفية[1]

الراحة	16%
التميز	7%
الثقافة	7%

الاحتياجات العملية[1]

تجربة جديدة	18%
الشمس والدفء	9%
التنوع	7%

التصورات تجاه المملكة

1. تجربة جديدة
2. مكان مميز
3. تجربة جريئة

التحديات في المملكة

السلامة والأمن	78%
عدم المساواة بين الجنسين	73%
نقص المعلومات	63%

السلوكيات

متوسط مدة الإقامة

4-3 أيام

متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر

900 – 1,300 ريال سعودي

الحجوزات

من خلال

منظمي الرحلات

أساساً لأنها وجهة جديدة

الإقامة

نحو 50-60%

يقيمون في

فنادق 4 نجوم

الأنشطة

زيارة المواقع الثقافية (مثل، العلا، الدرعية، جدة القديمة)
الاستمتاع بأنشطة المغامرات المناسبة لكل العائلة (التنزه، جولات بسيارات رباعية الدفع، عروض الصقور)

1. مصنفة حسب نسبة المستجيبين الذين اختاروا الحاجة على أنها الأكثر أهمية

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ ومكالمات الخبراء



الإمارات العربية المتحدة+

المنتج: إثراء الرحلة إلى الإمارات العربية المتحدة بتجربة عربية أصيلة



الحجز

- الترويج للرحلة إلى المملكة مع إمكانية حجزها عبر أبرز منظمي الرحلات في الإمارات (مثل شركة المغامرات العربية)



الطيران

- رحلات طيران ميسورة التكلفة وسريعة ومتكررة إلى الرياض (أكثر من 140 / أسبوعياً)
- سهولة الدخول إذ تقدم الإمارات والسعودية التأشيرة الإلكترونية/العادية عند الوصول في 49 دولة مشتركة
- إمكانية إضافة محطة رخيصة إلى جانب مسار طيران مخطط له
- رحلات طيران داخلية رخيصة ومتكررة ضمن المملكة، حيث تقل كلفتها عن 300 ريال سعودي



تجربة الوجهة

الإقامة:

- الاستمتاع بتجربة عربية أصيلة في بيئة طبيعية فريدة (مثل المخيمات الصحراوية في العلا)
- الإقامة في فنادق مميزة ومساكن في أبرز المدن

الأنشطة:

- زيارة وتجربة 3 مواقع ثقافية رائدة في الخليج (العلا، الدرعية، جدّة) مع مجموعة من الأنشطة التقليدية (العروض المحلية، الحرف اليدوية، تذوق الطعام...)
- الاستمتاع بأنشطة المغامرات المناسبة لكل العائلة في صحراء فريدة ولم تمسها يد الإنسان (التنزه، جولات بسيارات رباعية الدفع، عروض الصقور، الانزلاق بالحبل)

الخدمات:

- الاستمتاع بجولات مع أدلاء واسعي الاطلاع يتحدثون الإنجليزية لتجربة آمنة ومريحة
- زيارة المواقع التم الحفاظ عليها بشكل جيّد والمفتوحة للجمهور مع مراكز حديثة للزوار

الإمارات العربية المتحدة+

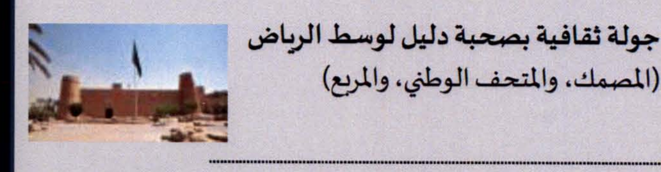
برنامج الرحلة: إثراء الرحلة إلى الإمارات العربية المتحدة بتجربة عربية أصيلة

برنامج نموذجي من 4 أيام
مقابل 1.200 ريال سعودي باليوم لكل مسافر

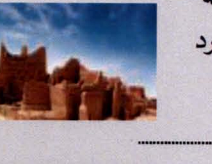
اليوم التمهيدي: الوصول إلى الرياض

الطيران إلى الرياض، والاستقرار في فندق مميز

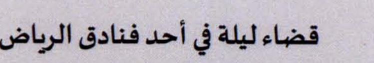
اليوم الأول: الرياض وما حولها



الصباح — **جولة ثقافية بصحبة دليل لوسط الرياض** (المصمك، والمتحف الوطني، والمربع)



بعد الظهر — **زيارة الدرعية والتعرف على نشأة الدولة السعودية** (الحرف اليدوية، السوق، سرد القصص، المتحف)

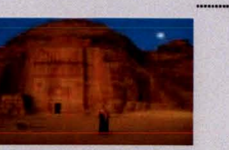


المساء — **أمسية تقليدية في بوابة الدرعية** (عشاء، موسيقى، شعر)

قضاء ليلة في أحد فنادق الرياض

اليوم الثاني: العُلا التاريخية

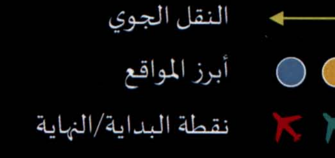
الصباح — **الطيران إلى العُلا**



بعد الظهر — **جولة ثقافية حول ماضي المملكة قبل الإسلام** (مدائن صالح والديرة)



المساء — **ليلة في مخيم صحراوي تقليدي** (التخييم مع عشاء بدوي تقليدي)



اليوم الثالث: المغامرات في العُلا

الصباح — **الاستمتاع بأنشطة المغامرات في غراميل أو الهيت** (جولة بسيارة رباعية الدفع، التنزه، تسلق الصخور)

بعد الظهر — **الاستمتاع بأنشطة المغامرات في غراميل أو الهيت** (جولة بسيارة رباعية الدفع، التنزه، تسلق الصخور)

المساء — **الطيران وقضاء ليلة في فندق مطل على البحر في جدّة**

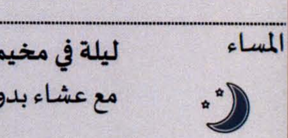




اليوم الرابع: وسط جدّة

الصباح — **جولة ثقافية بصحبة دليل إلى جدة القديمة** (الحرف اليدوية، المتحف، المشي)

بعد الظهر — **الاستراحة في فترة الظهيرة على طول كورنيش جدة وشواطئها** (الإبحار، جولة بالقارب، السباحة)



المساء — **عشاء تقليدي أخير في جدّة**

الطيران إلى جدة في طريق العودة إلى دبي





الملامح النموذجية





كل الفئات العمرية	الأصدقاء والأزواج	4-3 ليالي/إقامة	1,150-750 ريال سعودي الإنفاق باليوم لكل مسافر	التعرف على الثقافات الجديدة والإحساس بالمغامرة والاسترخاء







المزايا الفريدة



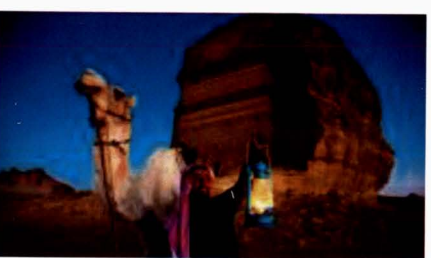
إثراء الرحلة إلى الشرق الأوسط بتجربة عربية أصيلة

المنتج

- تمديد رحلة الشرق الأوسط عبر منظمي الرحلات
- أبرز المواقع التاريخية في العالم العربي
- مناظر طبيعية فريدة ولم تفسدها يد الإنسان
- رحلات مريحة بصحبة أدلاء يتحدثون الإنجليزية
- أمثلة


بوابة الدرعية


مدائن صالح


قرية الديرة

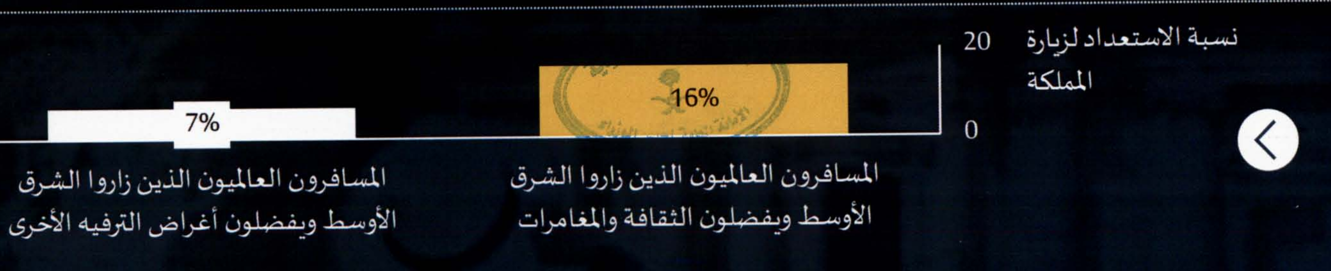
مدينة جدّة القديمة





الشرق الأوسط+: يمثّل المسافرون من دول الشرق الأوسط الأخرى إلى المملكة باعتبارها المحطة الثانية، فئة محتملة إضافية

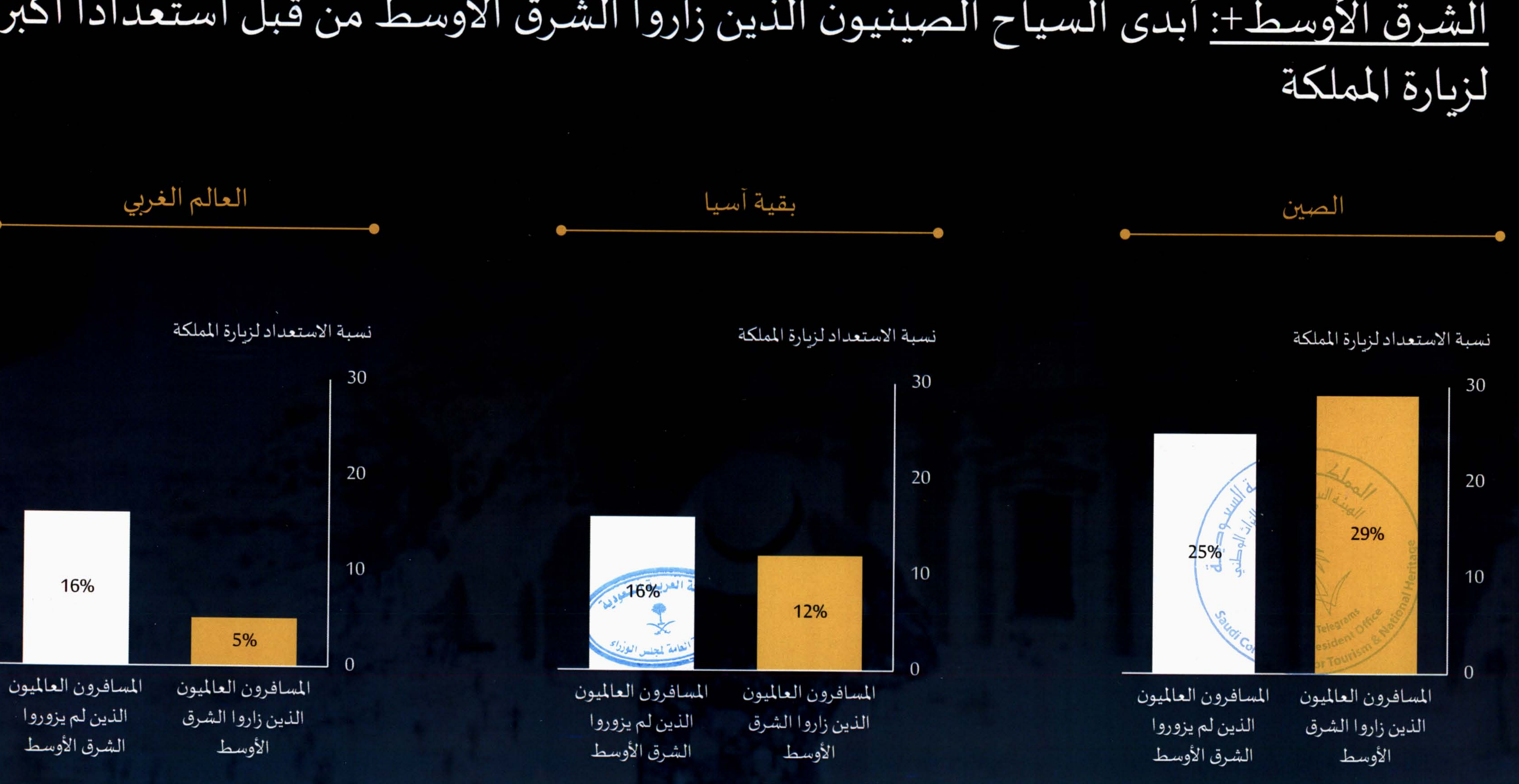
المصدر	المرئيات	مستوى الاستعداد لزيارة المملكة
الجهات الفاعلة في القطاع	• أكد منظمو الرحلات أن ما بين 15-20% من المسافرين على استعداد لزيارة المملكة العربية السعودية، وذلك بشكل أساسي لزيارة مدائن صالح في العلا وبوابة الدرعية وجدة القديمة بعد المحطة الأولى في البتراء في الأردن أو الأقصر وأسوان في مصر. • أكد منظمو الرحلات أيضاً أن المسافرين الذين يزورون البحرين على استعداد لتمديد رحلتهم إلى المملكة لمدة 3-4 أيام، وتجذبهم الجولات الثقافية بشكل رئيسي	
استطلاع آراء المستهلكين السياحيين	نسبة الاستعداد لزيارة المملكة (انظر الرسم البياني أدناه)	
المقارنات المعيارية	الأردن • قدم منظمو الرحلات السياحية في البداية عروضاً سياحية من أسبوع إلى أسبوعين لزيارة الأردن وإسرائيل للقيام بجولات ثقافية - بما في ذلك جولة سير في مدينة القدس القديمة، والمسجد الأقصى في إسرائيل والبتراء ومدينة مأدبا القديمة في الأردن • مثلت الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وألمانيا وفرنسا وإيطاليا دول المصدر الرئيسية	





1. مجموع المستجيبين الذين زاروا الشرق الأوسط خارج الإمارات من أجل الترفيه، ومن المرجح جداً إلى مرجح بعض الشيء أن يزوروا المملكة بغرض الثقافة أو المغامرة

المصدر: مكالمات الخبراء؛ واستطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ وتحليلات الفريق



الشرق الأوسط+: أبدى السياح الصينيون الذين زاروا الشرق الأوسط من قبل استعداداً أكبر لزيارة المملكة
الصين
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
30
20
10
0
29%
25%
المسافرون العالميون الذين زاروا الشرق الأوسط
المسافرون العالميون الذين لم يزوروا الشرق الأوسط
بقية آسيا
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
30
20
10
0
12%
16%
المسافرون العالميون الذين زاروا الشرق الأوسط
المسافرون العالميون الذين لم يزوروا الشرق الأوسط
العالم الغربي
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة
30
20
10
0
5%
16%
المسافرون العالميون الذين زاروا الشرق الأوسط
المسافرون العالميون الذين لم يزوروا الشرق الأوسط
ملاحظة: الاستعداد لزيارة المملكة هو مجموع المستجيبين الذين زاروا الشرق الأوسط خارج الإمارات من أجل الترفيه، ومن المرجح جداً إلى مرجح بعض الشيء أن يزوروا المملكة بغرض الثقافة أو المغامرة
المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ وتحليلات الفريق



الشرق الأوسط+: حجم السوق المستهدف 9 مليون زيارة



زيارات الشرق الأوسط في 2022

- إجمالي عدد الزيارات العالمية المتوقعة إلى الإمارات في عام 2022

زيارات الشرق الأوسط بدون زيارة الأقارب والأصدقاء

- زيارة الأقارب والأصدقاء غير المحسوبة

الافتراضات

- زيارة الأقارب والأصدقاء التي قد تؤدي الغرض في الوجهة الأولى

زيارات الشرق الأوسط من خارج الشرق الأوسط

- الزيارات غير المحسوبة من دول الشرق الأوسط

الافتراضات

- زيارات الشرق الأوسط في شريحة الشرق الأوسط



المصدر: استطلاع آراء المستهلكين: ويورومونيتور، ولجنة السفر الأوروبية: وغلوبال فلايست، وإس تي آر؛ ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

الشرق الأوسط+

نسبة الاستعداد لزيارة المملكة



الخصائص





العمر
كافة الفئات العمرية



دخل الأسرة الشهري
غالباً **أكثر من 15 ألف ريال سعودي و9.5 إلى 15 ألف ريال سعودي**



المجموعة المسافرة
العائلات والأزواج **غالباً**

دول المصدر الرئيسية
- الهند
- المملكة المتحدة
- الصين
- الولايات المتحدة الأمريكية

الاحتياجات

الاحتياجات العاطفية[1]

الراحة	21%
استعادة الحيوية	8%
الثقافة	6%

الاحتياجات العملية[1]

تجربة جديدة	16%
الشمس والدفء	12%
التنوع	7%

التصورات تجاه المملكة

1. تجربة جديدة
2. مكان مدهش
3. مكان مشمس ودافئ

التحديات في المملكة

السلامة والأمن	80%
عدم المساواة بين الجنسين	71%
نقص المعلومات	63%

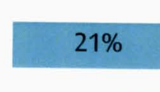
السلوكيات

متوسط مدة الإقامة
4-3 أيام

متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر
750 – 1,150 ريال سعودي

الحجوزات
من خلال
منظمي الرحلات
أساساً لأنها وجهة جديدة

الإقامة



نحو 50-60%
يقيمون في
فنادق 4 نجوم

الأنشطة
زيارة المواقع الثقافية (مثل، العلا، الدرعية، جدة القديمة)
الاستمتاع بأنشطة المغامرات العائلية (التنزه، جولات بسيارات رباعية الدفع، عروض الصقور)





المنتج: إثراء الرحلة إلى الشرق الأوسط بتجربة عربية أصيلة



الحجز

- رحلة سعودية مروجة ويمكن حجزها عبر أبرز منظمي الرحلات في الشرق الأوسط
- تمديد/ إضافة بسيطة إلى مسارات الرحلات القائمة (مثلاً، من خلال الأردن و/أو مصر)

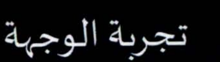


الطيران

- رحلات طيران بأسعار معقولة ومتكررة بين الرياض ومدن الشرق الأوسط وشمال إفريقيا الرئيسية (13 و7 رحلات يومية إلى القاهرة وعمان على التوالي)
- سهولة الدخول إذ تقدم المملكة التأشيرة الإلكترونية/التأشيرة العادية عند الوصول إلى 49 دولة (منها الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة)
- إمكانية إضافة محطة رخيصة إلى جانب مسار طيران مخطط له







تجربة الوجهة

الإقامة:

- الاستمتاع بتجربة عربية أصيلة واختبار الضيافة السعودية في بيئة طبيعية مدهشة (مثل المخيمات الصحراوية في العلا)
- الإقامة في فنادق مميزة ومساكن في أبرز المدن

الأنشطة:

- زيارة وتجربة 3 مواقع ثقافية رائدة في العالم العربي (العلا، الدرعية، جدّة) مع مجموعة من الأنشطة التقليدية التي تميز المملكة (العروض المحلية، الحرف اليدوية، تذوق الطعام...)
- الاستمتاع بأنشطة المغامرات العائلية في طبيعة صحراوية فريدة ولم تمسها يد الإنسان (التنزه، جولات بسيارات رباعية الدفع، عروض الصقور، الانزلاق بالجبل)

الخدمات:

- الاستمتاع بجولات مع أدلاء واسعي الاطلاع يتحدثون الإنجليزية لتجربة آمنة ومريحة
- زيارة المواقع التم الحفاظ عليها بشكل جيّد والمفتوحة للجمهور مع مراكز حديثة للزوار

الشرق الأوسط+

برنامج الرحلة: إثراء الرحلة إلى الشرق الأوسط بتجربة عربية أصيلة

اليوم التمهيدي: الوصول إلى الرياض

الطيران إلى الرياض، والاستقرار في فندق مميز

اليوم الأول: الرياض وما حولها

الصباح
جولة ثقافية بصحبة دليل لوسط الرياض (المصمك، والمتحف الوطني، والمربع)

بعد الظهر
زيارة الدرعية والتعرف على نشأة الدولة السعودية (الحرف اليدوية، السوق، سرد القصص، المتحف)

المساء
أمسية تقليدية في بوابة الدرعية (عشاء، موسيقى، شعر)
قضاء ليلة في أحد فنادق الرياض

اليوم الثاني: العُلا التاريخية

الصباح
الطيران إلى العُلا

بعد الظهر
جولة ثقافية حول ماضي المملكة قبل الإسلام (مدائن صالح والأضرحة الأخرى)

المساء
ليلة في مخيم صحراوي تقليدي (التخييم مع عشاء بدوي تقليدي)

برنامج نموذجي من 4 أيام
مقابل 1.150 ريال سعودي باليوم لكل مسافر



اليوم الثالث: التاريخ والطبيعة في العُلا

الصباح
استكشاف قرية الديرة المهجورة والتواصل مع السكان المحليين (المتحف، جولة المشي، السوق)

بعد الظهر
الاستمتاع بأنشطة المغامرات في غراميل أو الهيت (جولة بسيارة رباعية الدفع، التنزه، تسلق الصخور)

المساء
الطيران وقضاء ليلة في فندق مطل على البحر في جدّة

اليوم الرابع: وسط جدّة

الصباح
جولة ثقافية بصحبة دليل إلى جدة القديمة (الحرف اليدوية، المتحف، المشي)

بعد الظهر
فترة الظهيرة المريحة على طول كورنيش جدة وشواطئها (الإبحار، جولة بالقارب، السباحة)

المساء
عشاء تقليدي أخير في جدّة
الطيران إلى جدة




الخليج

الملامح النموذجية













50-30 سنة	العائلات	3-2 ليالي/إقامة	1.5 إلى 2.25 ألف ريال سعودي الإنفاق باليوم لكل مسافر	البحث عن تجارب جديدة والاسترخاء والترفيه

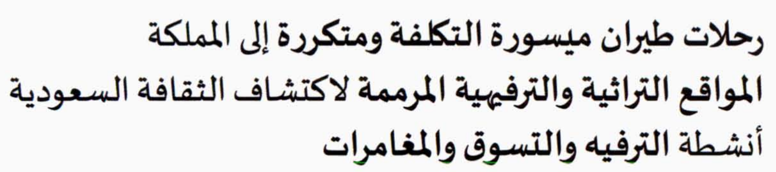
المزايا الفريدة




الاستمتاع بأحدث المناطق السياحية في المملكة برفقة العائلة

المنتج





- رحلات طيران ميسورة التكلفة ومتكررة إلى المملكة
- المواقع التراثية والترفيهية المرممة لاكتشاف الثقافة السعودية
- أنشطة الترفيه والتسوق والمغامرات

أمثلة


بوابة الدرعية


حافة العالم


مراكز التسوق في الرياض

دور السينما، والحدائق الترفيهية



دول الخليج: حجم السوق المستهدف 3 مليون زيارة

11 مليون

زيارات دول الخليج إلى العالم في 2022

- إجمالي عدد الزيارات العالمية المتوقعة من دول الخليج في عام 2022

8 مليون

الزيارات بدون زيارة الأقارب والأصدقاء

- زيارة الأقارب والأصدقاء غير المحسوبة

الافتراضات

- زيارة الأقارب والأصدقاء التي قد تؤدي الغرض في وجهات الشرق الأوسط الحالية

3 ملايين

زيارات دول الخليج إلى الشرق الأوسط في 2022

- نظرة مقلصة لشمول الزيارات إلى وجهات الشرق الأوسط والخليج فقط

الافتراضات

- الزيارات خارج الشرق الأوسط المحسوبة في الشرائح الأخرى




المصدر: استطلاع آراء المستهلكين: يوروموينيتور، وشركة أس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

دول الخليج

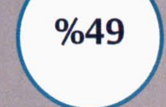
نسبة الاستعداد لزيارة المملكة

%49





الخصائص

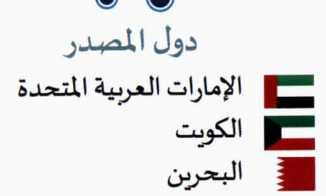
العمر
غالباً 30-50 سنة



دخل الأسرة الشهري
غالباً أكثر من 15 ألف ريال سعودي و9.5 إلى 15 ألف ريال سعودي



المجموعة المسافرة
غالباً العائلات



دول المصدر



- الإمارات العربية المتحدة
- الكويت
- البحرين

الاحتياجات

الاحتياجات العاطفية[1]

الحاجة	النسبة
الراحة	%20
المغامرة	%7
التسلية	%6

الاحتياجات العملية[1]

الحاجة	النسبة
تجربة جديدة	%16
مكان مناسب لكل العائلة	%12
الشمس والدفء	%12

التصورات تجاه المملكة

1. سهولة الوصول
2. مكان مناسب لكل العائلة
3. مكان مشمس ودافئ

التحديات في المملكة

التحدي	النسبة
السلامة والأمن	%67
نقص المعلومات	%60
عدم المساواة بين الجنسين	%59

السلوكيات

متوسط مدة الإقامة
3-2 أيام

متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر
1,500 – 2,250 ريال سعودي

الحجوزات
غالباً من خلال المنصات الإلكترونية

الإقامة
نحو %70 يقيمون في فنادق 5 نجوم

الأنشطة
إعادة اكتشاف الثقافة السعودية
تجربة دور السينما ومراكز التسوق الجديدة
أنشطة المغامرات (مثل، مناطيد الهواء الساخن والانزلاق بالحبل)

1. مصنفة حسب نسبة المستجيبين الذين اختاروا الحاجة على أنها الأكثر أهمية

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ ومكالمات الخبراء

دول الخليج



المنتج: الاستمتاع بأحدث المناطق السياحية في المملكة برفقة العائلة



الحجز

- رحلة يمكن حجزها ذاتياً بسهولة عبر مواقع معروفة
- المرونة في حجز تجربتك "الانتقائية" (النقل، الفندق، الأنشطة بشكل منفصل)




الطيران

- توقف قصير مع رحلات متكررة وبأسعار معقولة من عدة مشغلي رحلات تشغيل متعددة وشركات طيران منخفضة التكاليف (مثلاً، 140 رحلة أسبوعية من دبي، 40 رحلة أسبوعية من البحرين)
- سهولة الدخول بدون تأشيرة ومسار الهجرة ذي الأولوية



تجربة الوجهة

الإقامة:

- الإقامة في واحد من أرقى فنادق الرياض الخمس نجوم (مع 10 خيارات مصنفة فوق 4.5 على تريب أدفايزر)، حيث تقدم مجموعة من الخدمات وخيارات الترفيه

الأنشطة:

- إعادة اكتشاف الثقافة السعودية من خلال أحدث المواقع الثقافية المرممة(مثل بوابة الدرعية، القدية)، التي تجمع بين الثقافة والترفيه
- تجربة أحدث خيارات الترفيه (مثل دور السينما الجديدة، مراكز التسوق)
- متع نفسك عبر أنشطة المغامرات العائلية (مثل، مناطيد الهواء الساخن والانزلاق بالحبل وحافلة العالم)

الخدمات:

- توفير حلول مبتكرة لتقديم المعلومات في مختلف المواقع الثقافية، بما يوفر تجارب جديدة ومسلية
- تجربة مريحة بخدمات حديثة للمواقع



دول الخليج

برنامج الرحلة: الاستمتاع بأحدث المناطق السياحية في المملكة برفقة العائلة

اليوم التمهيدي: الوصول إلى الرياض

الطيران إلى الرياض، والاستقرار في فندق مميز

اليوم الأول: الاستمتاع بالرياض والدرعية

الصباح
الاستمتاع بأحدث العروض الترفيهية
(السينما، مول العرب/ سنتريا مول)

بعد الظهر
زيارة الدرعية والتعرف على نشأة الدولة السعودية (الحرف اليدوية، السوق، سرد القصص، المتحف)

المساء
أمسية تقليدية في بوابة الدرعية (عشاء، موسيقي، شعر)

قضاء ليلة في أحد فنادق الرياض

برنامج نموذجي من 2 أيام
مقابل 1.500 ريال سعودي باليوم لكل مسافر

اليومان الأول والثاني

اليوم الثاني: استكشاف الرياض

الصباح
مغامرة إلى حافة العالم والاختيار من بين مجموعة من أنشطة المغامرات الرائعة (رحلات السيارات رباعية الدفع، عروض الصقور، الانزلاق بالحبل)

بعد الظهر
الاستمتاع بأحدث العروض الترفيهية
(السينما، مول العرب/ سنتريا مول)

المساء
عشاء أخير في الرياض و/أو العودة

أبرز المواقع

نقطة البداية/النهاية

الشرق الأوسط

الملامح النموذجية

كافة الفئات العمرية	العائلة والأصدقاء	4-3 ليلة/إقامة	1,500-750 ريال سعودي الإنفاق باليوم لكل مسافر	التعرف على الثقافات الجديدة والإحساس بالمغامرة والاسترخاء

المزايا الفريدة



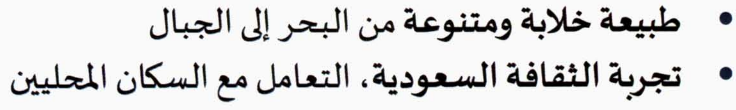


اكتشاف الثقافة السعودية وجمالها الطبيعي غير المستغل

المنتج







- **طبيعة خلابة ومتنوعة** من البحر إلى الجبال
- **تجربة الثقافة السعودية**، التعامل مع السكان المحليين
- **رحلات طيران ميسورة التكلفة ومتكررة** إلى المملكة العربية السعودية
- بوابة مريحة **تجمع بين الثقافة والمغامرة**

أمثلة



كورنيش جدة





المدينة القديمة، جدّة

مدائن صالح

الهدا والشفا

الشرق الأوسط[1]: نحو 50% من سكان الشرق الأوسط من خارج دول الخليج على استعداد لزيارة المملكة

المصدر	المرئيات
الجهات الفاعلة في القطاع	• يؤكد منظمو الرحلات أن نحو 50% من المسافرين المصريين والأردنيين يبدون رغبة قوية باكتشاف تراث المملكة العربية السعودية والقيام برحلات المغامرات في وجهة جديدة • من المتوقع أن تكون أغراض السفر الرئيسية جولات المغامرة والتسوق وزيارة المواقع الثقافية للتعرف على الحضارات القديمة • تمثل الأردن والبحرين والكويت دول المصدر الرئيسيةوتبعد 2-1 ساعة بالطائرة
استطلاع آراء المستهلكين السياحيين	نسبة الاستعداد لزيارة المملكة (0–100): الشرق الأوسط 54%، آسيا 44%، العالم الغربي 25%
المقارنات المعيارية	سلطنة عُمان • ساهم سكان الشرق الأوسط، ومعظمهم من المصريين والأردنيين، في نحو 10% من المسافرين الأوائل إلى عُمان. • تمثلت أغراض السفر الرئيسية بالفعاليات الثقافية (مهرجان مسقط) وأنشطة المغامرات (التنزه والمشي في جبال صلالة) الإمارات العربية المتحدة • زار نحو 10% من أوائل المسافرين من دول الشرق الأوسط خارج دول الخليج، معظمهم من المصريين واللبنانيين والسوريين، الإمارات بشكل أساسي كوجهة توقف للتسوق

مستوى الاستعداد لزيارة المملكة: مرتفع

1. مجموع المستجيبين من الشرق الأوسط، خارج دول الخليج، ومن المرجح جداً إلى مرجح بعض الشيء أن يزوروا المملكة

المصدر: مكالمات الخبراء؛ واستطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ وتحليلات يورومونيتور



الشرق الأوسط: حجم السوق المستهدف ويبلغ مليون زيارة

9
ملايين

زيارات الشرق الأوسط إلى العالم في 2022

- إجمالي عدد الزيارات العالمية المتوقعة من الشرق الأوسط (غير دول الخليج) في عام 2022



الزيارات بدون زيارة الأقارب والأصدقاء

- زيارة الأقارب والأصدقاء غير المحسوبة

الافتراضات

- زيارة الأقارب والأصدقاء التي قد تؤدي الغرض في وجهات الشرق الأوسط الحالية



زيارات الشرق الأوسط إلى الشرق الأوسط في 2022

- تقليص النظرة لتشمل الزيارات إلى وجهات الشرق الأوسط والخليج فقط

الافتراضات

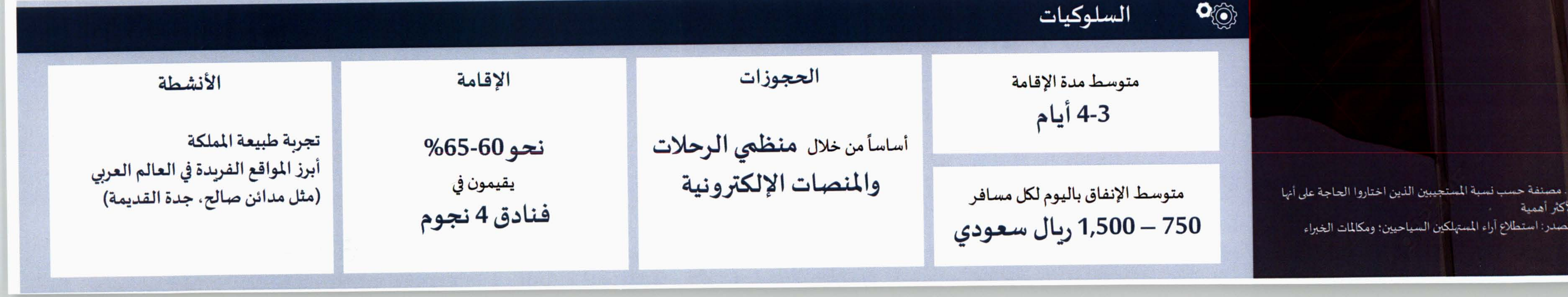
- الزيارات خارج الشرق الأوسط المحسوبة في الشرائح الأخرى

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين: ويورومونيتور، وشركة أس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

الشرق الأوسط

نسبة الاستعداد لزيارة المملكة

%54



الخصائص

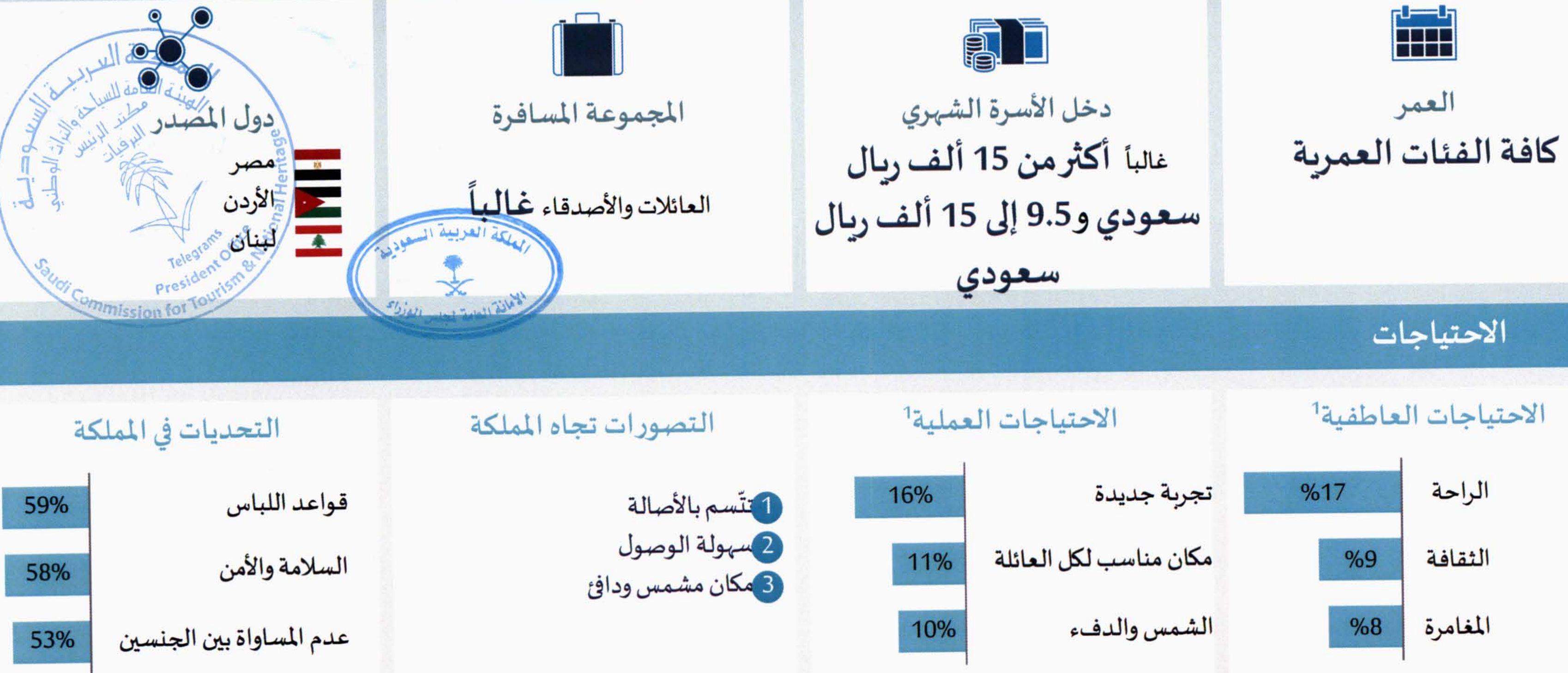
العمر
كافة الفئات العمرية

دخل الأسرة الشهري
غالباً أكثر من 15 ألف ريال سعودي و9.5 إلى 15 ألف ريال سعودي

المجموعة المسافرة
العائلات والأصدقاء غالباً

دول المصدر
- مصر
- الأردن
- لبنان





الاحتياجات

الاحتياجات العاطفية[1]

الاحتياج	النسبة
الراحة	%17
الثقافة	%9
المغامرة	%8

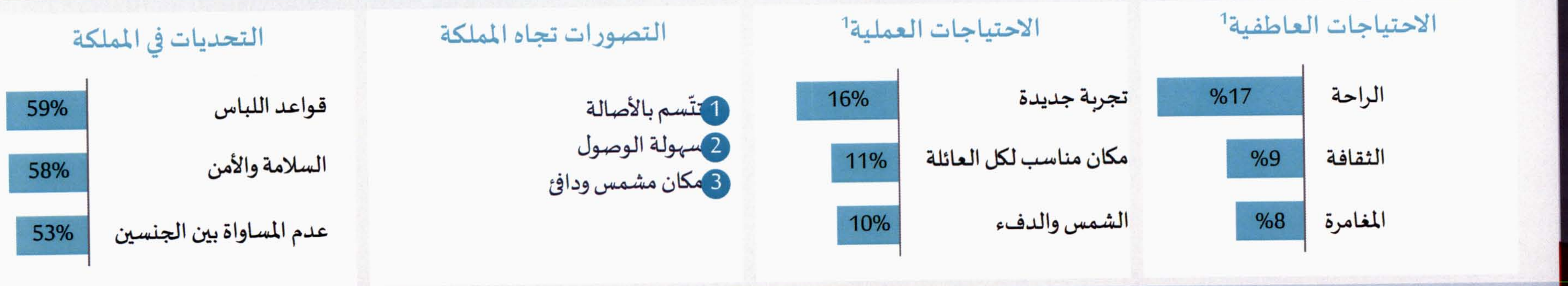
الاحتياجات العملية[1]

الاحتياج	النسبة
تجربة جديدة	16%
مكان مناسب لكل العائلة	11%
الشمس والدفء	10%

التصورات تجاه المملكة
1. تتّسم بالأصالة
2. سهولة الوصول
3. مكان مشمس ودافئ

التحديات في المملكة

التحدي	النسبة
قواعد اللباس	59%
السلامة والأمن	58%
عدم المساواة بين الجنسين	53%



السلوكيات

متوسط مدة الإقامة
4-3 أيام

متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر
750 – 1,500 ريال سعودي

الحجوزات
أساساً من خلال منظمي الرحلات والمنصات الإلكترونية

الإقامة
نحو 60-65% يقيمون في فنادق 4 نجوم

الأنشطة
تجربة طبيعة المملكة
أبرز المواقع الفريدة في العالم العربي (مثل مدائن صالح، جدة القديمة)

1. مصنفة حسب نسبة المستجيبين الذين اختاروا الحاجة على أنها الأكثر أهمية

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ ومكالمات الخبراء

الشرق الأوسط



المنتج: اكتشاف الثقافة السعودية وجمالها الطبيعي غير المستغل



الحجز

- رحلة يمكن حجزها ذاتياً بسهولة عبر مواقع معروفة أو باقات من خلال منظم رحلات محلي
- المرونة في تصميم تجربتك وفقاً لاحتياجاتك المحددة لهذه الرحلة (مثل، ملاذ في الطبيعة، رحلة ثقافية، عطلة نهاية الأسبوع في المدينة)




الطيران

- رحلات مباشرة ومتكررة وبأسعار معقولة إلى المملكة (مثل، رحلات مباشرة إلى جدة من 6 مدن في مصر من قبل 7 شركات طيران متنافسة)



تجربة الوجهة

الإقامة:

- الإقامة في أحد فنادق جدة 4 أو 5 نجوم التي يزيد عددها على 50، حيث تقدم مجموعة من الخدمات وخيارات الترفيه بأسعار مختلفة
- الاستمتاع بتجربة عربية أصيلة في بيئة خلابة ضمن المملكة (مثل المخيمات الصحراوية في العلا)

الأنشطة:

- تجربة الطبيعة المتنوعة والخلابة للمملكة والاختيار من بين مجموعة من الأنشطة العائلية، من الصحاري إلى الوديان والجبال
- اكتشاف مواقع فريدة من نوعها في العالم العربي، من مدائن صالح، التي تجسد مناطق ما قبل الإسلام، إلى جدة المدينة المتنوعة و "بوابة مكة"

الخدمات:

- زيارة المواقع التم الحفاظ عليها بشكل جيّد والمفتوحة للجمهور مع مراكز حديثة للزوار
- اقتراح الحلول من الزيارات ذاتية الإرشاد

الشرق الأوسط

برنامج الرحلة: اكتشاف الثقافة السعودية وجمالها الطبيعي غير المستغل

اليوم الأول: وسط جدّة

الصباح: جولة ثقافية بصبحة دليل محلي إلى جدة القديمة (الحرف اليدوية، السوق، المتحف)

بعد الظهر: فترة الظهيرة المريحة على طول كورنيش جدة والتسوق (جولة بالقارب، الرياضات المائية، المشي)

المساء: عشاء سعودي تقليدي في جدّة للاستمتاع بالضيافة السعودية (عشاء، موسيقى، شعر)

اليوم الثاني: الطائف ومزارع الزهور



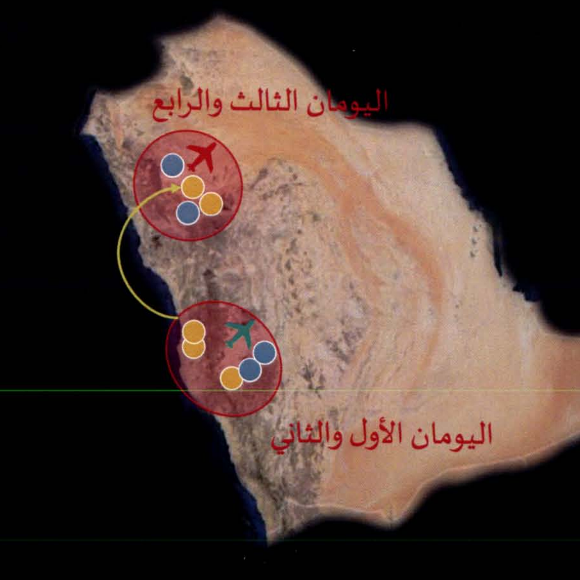
الصباح: الصعود إلى الهدا والشفا (ركوب التلفريك، التنزه، تسلق الصخور)

بعد الظهر: اكتشاف مزارع الزهور أو الاستمتاع في سوق عُكاظ، حسب الموسم (المهرجانات، جولات الاكتشاف)

المساء: المساء في جدّة



برنامج نموذجي من 2 أيام
مقابل 1.350 ريال سعودي باليوم لكل مسافر



اليوم الثالث: العُلا التاريخية

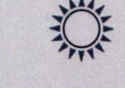
الصباح: الطيران إلى العُلا

بعد الظهر: جولة ثقافية حول ماضي المملكة قبل الإسلام (مدائن صالح والأضرحة الأخرى)

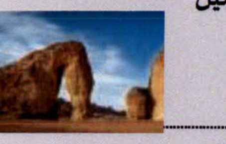
المساء: ليلة في مخيم صحراوي تقليدي (التخييم مع عشاء بدوي تقليدي)

اليوم الرابع: التاريخ والطبيعة في العُلا





الصباح: استكشاف قرية الديرة المهجورة والتواصل مع السكان المحليين (المتحف، جولة المشي، السوق)



بعد الظهر: الاستمتاع بأنشطة المغامرات في غراميل أو الهيت (جولة بسيارة رباعية الدفع، التنزه، تسلق الصخور)

المساء: الطيران عائدين إلى الوطن (مباشرة أو عبر جدّة)

أوائل المسافرين: تتمتّع كل فئة بخصائص محددة يجب مراعاتها في المزايا السياحية الفريدة وعند الترويج للسياحة في المملكة

		دول الخليج	الشرق الأوسط	الإمارات العربية المتحدة+ (مجلس التنسيق السعودي الإماراتي The Saudi-Emirati Coordination Council)	الشرق الأوسط+	المستكشفون المغامرون	المستكشفون الثقافيون
	نسبة الاستعداد لزيارة المملكة	%50	%50	%28	%16	%37	%30
الخصائص	الفئة العمرية المستهدفة	من 30 إلى 50	غالباً 18-45	كافة الأعمار	كافة الأعمار	25 - 40	أكثر من 40
	المجموعة المسافرة	غالباً العائلة	العائلة والأصدقاء	غالباً العائلة والأزواج	غالباً العائلة والأزواج	الأزواج والأصدقاء غالباً	الأزواج غالباً
	صافي دخل الأسرة الشهري	غالباً +15 ألف ريال سعودي	غالباً +15 ألف ريال سعودي	غالباً +15 ألف ريال سعودي	غالباً +15 ألف ريال سعودي	غالباً +15 ألف ريال سعودي	غالباً +15 ألف ريال سعودي
الاحتياجات	الاحتياجات الأساسية	الاسترخاء، قضاء الوقت مع العائلة	الاسترخاء، قضاء الوقت مع العائلة	تجربة جديدة، قضاء الوقت مع العائلة	تجربة جديدة، الاسترخاء، قضاء الوقت مع العائلة	تجربة جديدة مرضية	تجربة جديدة، قضاء الوقت مع العائلة
	الأنشطة	التسوق، دور السينما، المطاعم	المواقع الثقافية، ركوب الإبل، التجول عبر الكثبان الرملية، التسوق	تجارة وسوق بدوي شعبي جولة صحراوية بسيارة رباعية الدفع	تجارة وسوق بدوي شعبي جولة صحراوية بسيارة رباعية الدفع	التجول عبر الكثبان الرملية، أدوية التنزه، الانزلاق بالحبل مسار الجبل	المواقع الثقافية، المتاحف، مدائن صالح، عروض الصقور
السلوكيات	متوسط الإقامة	2-3 أيام	3-4 أيام	2-3 أيام	3-4 أيام	5-7 أيام	5-7 أيام
	متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر	1,5 إلف -2,3 ألف ريال سعودي	750-1,5 ألف ريال سعودي	900-1,3 ألف ريال سعودي	750-1,2 ألف ريال سعودي	750-1,1 ألف ريال سعودي	1,1 ألف -1,9 ألف ريال سعودي

تم تحديد قيمة معنوية مضافة لكل فئة على حدة

من خارج الشرق الأوسط

المملكة العربية السعودية باعتبارها محطة أولى للزيارة

المملكة العربية السعودية باعتبارها محطة ثانية للزيارة

من الشرق الأوسط



الإمارات العربية المتحدة

قم بإثراء الرحلة إلى الإمارات العربية
المتحدة بتجربة عربية
أصيلة

دول الخليج العربي

استمتع بأحدث المناطق
السياحية السعودية مع عائلتك







منتج سياحي لزيارة الأقارب والأصدقاء دولياً

	محلية	دولية
الترفيه	1	2
زيارة الأقارب والأصدقاء	1	3
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات	4 الترفيه بغرض العمل	
الزيارات الدينية	5 الحج والعمرة+	

تعزيز زيارات الترفيه والإنفاق عليها

تعزيز الإنفاق على الترفيه، وتعزيز زيارات الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض والزيارات الدينية

زيارة الأقارب والأصدقاء

الملامح النموذجية

كافة الأعمار	بصورة منفردة، عائلة، أزواج	10-7 ليالي/إقامة	750 -1,300 ريال سعودي من الإنفاق لكل مسافر/باليوم	السعي إلى قضاء الوقت مع العائلة والأصدقاء، والاسترخاء والترفيه

المزايا الفريدة

الاستمتاع بأحدث المناطق السياحية السعودية مع العائلة والأصدقاء

المنتج

- أنشطة الترفيه والتسوق والمغامرات
- رحلات الطيران ميسورة التكلفة ومتكررة إلى المملكة العربية السعودية
- الأنشطة العائلية

أمثلة

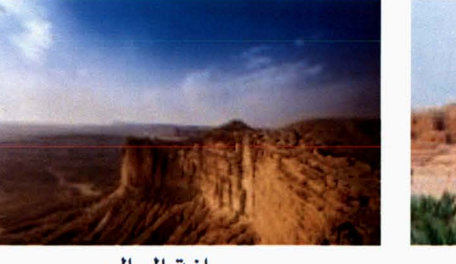




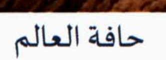


بوابة الدرعية





حافة العالم

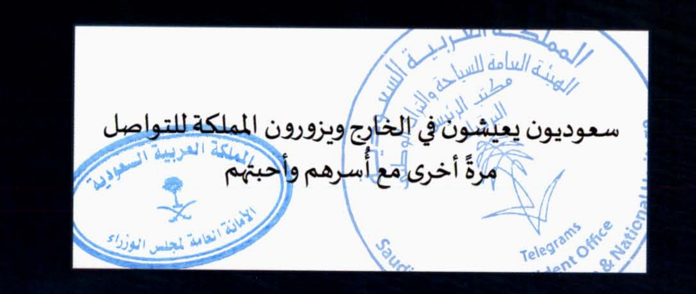


مراكز التسوق في الرياض

دور السينما، والحدائق الترفيهية

تتكون شريحة زيارة الأقارب والأصدقاء دولياً من 3 مجموعات للعملاء




سعوديون يعيشون في الخارج ويزورون المملكة للتواصل مرةً أخرى مع أسرهم وأحبتهم



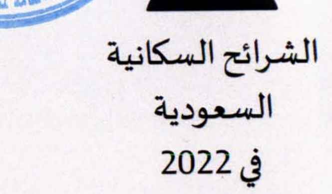
الأفراد من الدول الغربية (على سبيل المثال: البريطانيون والفرنسيون) الذين يسافرون لزيارة أقاربهم الوافدين في المملكة العربية السعودية للمرة الأولى



السياح من الدول الأخرى مثل الباكستان والهند الراغبين في السفر إلى المملكة العربية السعودية لزيارة أقربائهم الوافدين



تجذب 3 من شرائح زيارة الأقارب والأصدقاء عدد مختلفاً من الزيارات لكل فرد














	1	2	3
الشرائح السكانية السعودية في 2022	22 مليون	140 ألف	13 مليون
الزيارات المقدرة لكل فرد	0.1	1.2	0.2

ملاحظة: استناداً إلى المقارنة المعيارية لزيارات الأقارب والأصدقاء في دبي

زيارة الأقارب والأصدقاء

نسبة الاستعداد لزيارة المملكة

%55



الخصائص



العمر

كافة الأعمار

دخل الأسرة الشهري

غالباً **أكثر من 15 ألف ريال سعودي**

و9.5 إلى 15 ألف ريال سعودي

المجموعة المسافرة

بصورة منفردة، عائلة، أزواج



دول المصدر

- الكويت
- الهند
- باكستان

الاحتياجات



الاحتياجات العاطفية

1. التواصل مع العائلة
2. الاختلاط الاجتماعي، التقاء الأفراد
3. استعادة الحيوية

الاحتياجات العملية

1. مرتبط بالعائلة
2. تتّسم بالأصالة
3. الاسترخاء

التصورات تجاه المملكة

1. تتّسم بالأصالة
2. مشمس ودافئ
3. الخاصة

التحديات في المملكة

1. السلامة والأمن
2. عدم المساواة بين الجنسين
3. ارتداء الملابس



السلوكيات

متوسط مدة الإقامة

7-10 أيام

متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر

750 – 1,300 ريال سعودي

الحجوزات

غالباً من خلال **المنصات الإلكترونية**

الإقامة

يقيم نحو 75% مع **الأقارب والأصدقاء؛ نحو 20%** في **الشقق السكنية**

الأنشطة

- إعادة اكتشاف الثقافة السعودية
- تجربة دور السينما الجديدة، والمطاعم ومراكز التسوق
- أنشطة المغامرات

1. مصنفة حسب نسبة المستجيبين الذين اختاروا الحاجة على أنها الأكثر أهمية

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ ومكالمات الخبراء

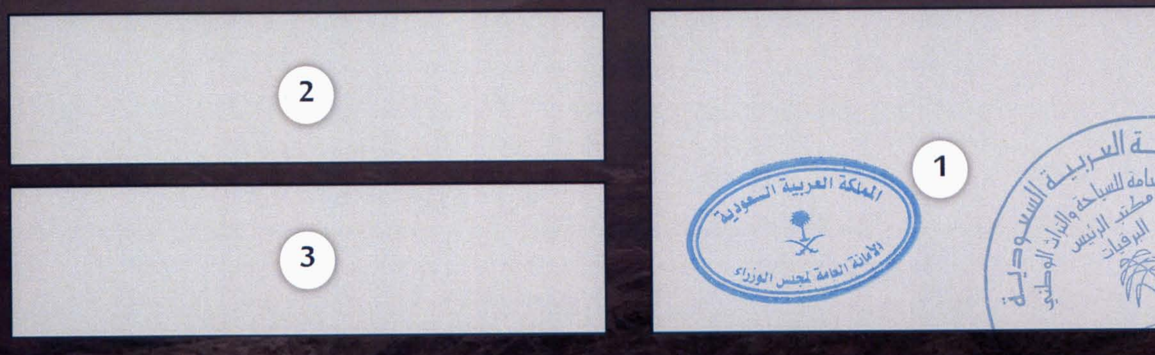
منتج سياحي للترفيه بغرض العمل

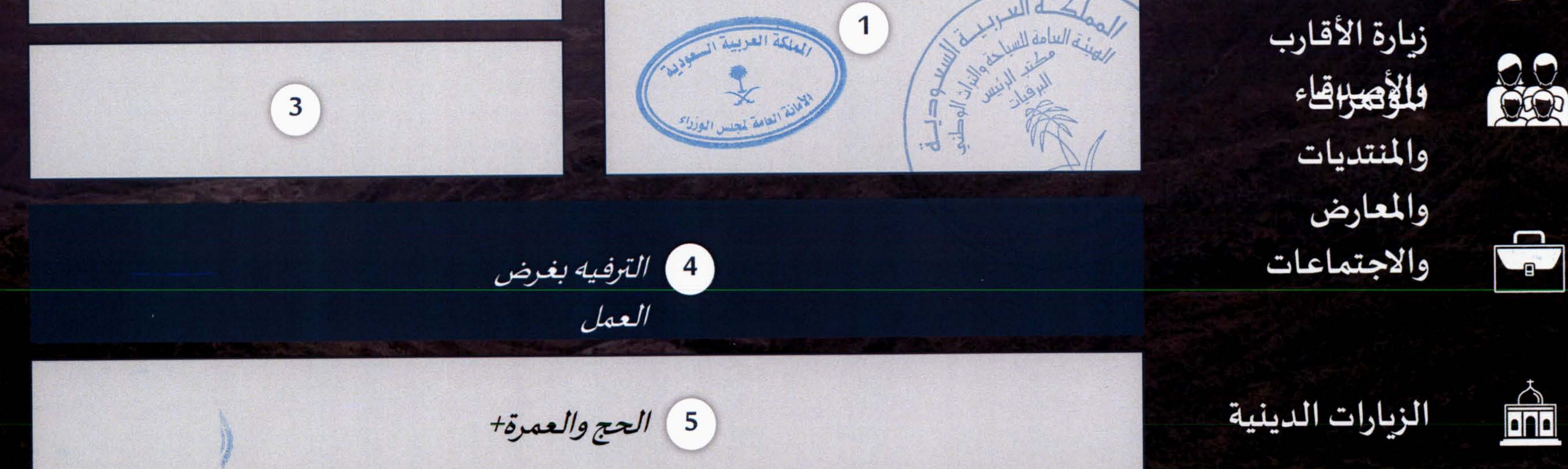
	محلية	دولية
الترفيه زيارة الأقارب والأصدقاء	1	2 3
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات	4 الترفيه بغرض العمل	
الزيارات الدينية	5 الحج والعمرة+	

تعزيز زيارات الترفيه والإنفاق عليها

تعزيز الإنفاق على الترفيه، وتعزيز زيارات الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض والزيارات الدينية









الترفيه بغرض العمل

الملامح النموذجية




25-40 سنة




زملاء العمل، الأصدقاء أو بصورة منفردة



ليالي/إقامة[1]



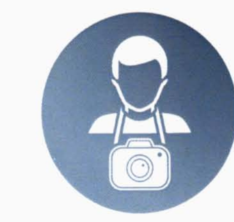
1,15 ألف -1,9 ألف من الإنفاق/لكل مسافر/باليوم[1]



السعي إلى التعرف على الثقافات الجديدة، والإحساس بالخصوصية والمغامرة



المزايا الفريدة

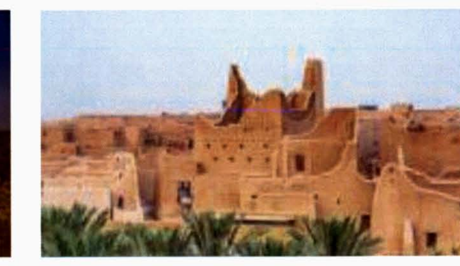


زيارة أقاربك وأصدقاءك أثناء الاستمتاع بالطبيعية والثقافة والترفيه في المملكة

المنتج

- الاستمتاع بتجربة المملكة العربية السعودية الأصلية
- جولات مرنة مع أدلاء سياحيين يتحدثون الإنجليزية
- تمديد رحلة العمل من خلال منظمي الرحلات المحليين
- المواقع التاريخية الفريدة في العالم العربي

أمثلة



بوابة الدرعية




حافة العالم

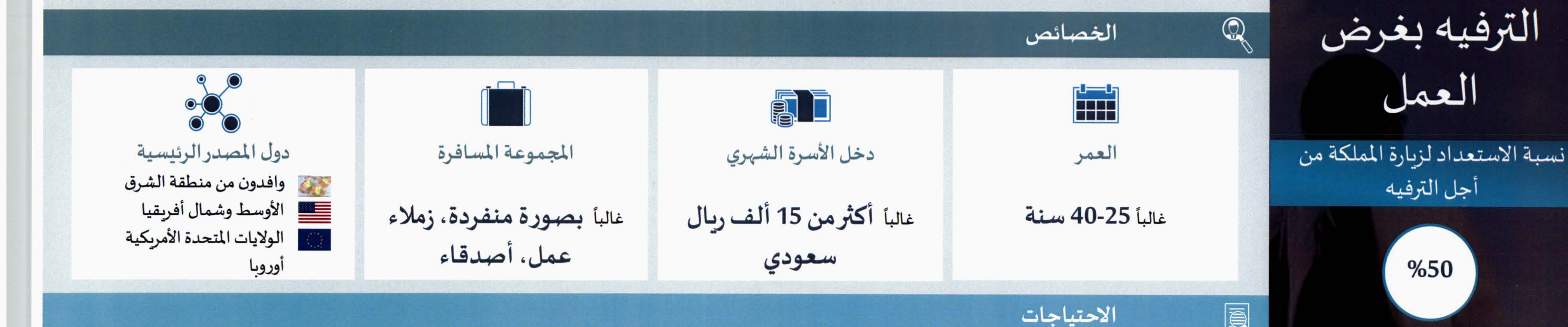


مركز الملك عبد العزيز، الدمام



واحة الأحساء

1. لفقرة الترفيه ضمن الرحلة



الخصائص

العمر	دخل الأسرة الشهري	المجموعة المسافرة	دول المصدر الرئيسية
غالباً 25-40 سنة	غالباً أكثر من 15 ألف ريال سعودي	غالباً بصورة منفردة، زملاء عمل، أصدقاء	وافدون من منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا الولايات المتحدة الأمريكية أوروبا

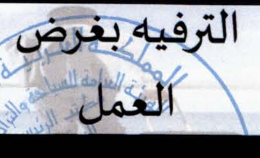
الاحتياجات

الاحتياجات العاطفية	الاحتياجات العملية	التصورات تجاه المملكة	عوائق تمديد الزيارة إلى المملكة
1 اكتشاف الثقافات الجديدة 2 تعلُّم أمور جديدة 3 مغامر	1 تجارب جديدة 2 آمنة 3 تتّسم بالأصالة	1 تتّسم بالأصالة 2 تجارب جديدة 3 الثقافة	1 محدودية منظمي الرحلات المنظمين 2 الصورة الضعيفة للمملكة 3 نقص المعلومات

السلوكيات

متوسط مدة الإقامة	الحجوزات	الإقامة	الأنشطة
1-2 أيام متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر 1,150 – 1,900 ريال سعودي	من خلال منظمي الرحلات أساساً	نحو 80% يقيمون في فنادق 5 نجوم	زيارة المواقع الثقافية استكشاف المتاحف اكتشاف الثقافة والتقاليد الإسلامية الاستمتاع بالأسواق التقليدية

الترفيه بغرض العمل



المنتج: إثراء رحلات العمل لديك بإجازة في الثقافة والجمال الطبيعي للمملكة



الحجز

- سهولة إضافة فقرة ترفيهية إلى رحلة العمل المخطط لها (النشاط فقط، نظراً لأن رحلة الطيران والفندق محجوزة بالفعل من قبل الشركة)
- يمكن حجز أنشطة ترفيهية عبر الإنترنت مباشرة، أو مباشرة بواسطة الفندق من خلال خيارات مرنة متعددة

الطيران

- رحلات طيران متكررة مع العديد من الخيارات المباشرة مع شركات النقل العريقة (مثل، 89 و50 وجهة مباشرة من مطار الرياض والدمام على التوالي)
- ثمة مرونة وسهولة في تمديد الإقامة طالما تم الحصول على تأشيرة عمل لمدة 30 يوماً بالفعل



تجربة الوجهة

الإقامة:

- الإقامة في فنادق عمل مميزة فئة 4 أو 5 نجوم في الرياض أو الدمام
- الاستمتاع ربما بتجربة مبيت عربية مدهشة في مخيم صحراوي قريب (مثل، الربع الخالي)

الأنشطة:

- بوابة صغيرة للتعرف على الثقافة المحلية، والمملكة العربية السعودية "الحقيقية" والأصلية (تجاوز الفنادق الفخمة ومنطقة الأعمال)
- فرصة للاستمتاع بالمواقع الثقافية التي يمكن الوصول إليها بسهولة والتي تمثل الثقافة السعودية والخليجية الغنية (مثل الدرعية، وشقراء وأوشيقر، ومركز الملك عبد العزيز الثقافي، وواحة الأحساء)

الخدمات:

- تجربة سلسة مع مواقع يمكن الوصول إليها بسهولة ومرافق تم الحفاظ عليها بشكل جيّد لقضاء عطلة قصيرة ممتعة
- حل شامل مع أدلاء سياحيين يتحدثون الإنجليزية ويقترحون مسارات مرنة للرحلات

الترفيه بغرض العمل

برنامج الرحلة: إثراء رحلات العمل لديك بإجازة في الثقافة والجمال الطبيعي للمملكة

برنامج نموذجي من 2 أيام
مقابل 1.350 ريال سعودي باليوم لكل مسافر

الخيار أ

اليوم الأول: وسط الرياض

الصباح
جولة ثقافية بصحبة دليل لوسط الرياض
(المصمك، والمتحف الوطني)

بعد الظهر
زيارة الدرعية والتعرف على نشأة الدولة السعودية (الحرف اليدوية، السوق، المتحف)

المساء
أمسية تقليدية في بوابة الدرعية (عشاء، موسيقى، شعر)

قضاء ليلة في أحد فنادق الرياض

اليوم الثاني: جولة حول الرياض

الصباح
القيادة بالسيارة لمدة ساعة لاكتشاف قرية الطين وأشقر وأشيقر (جولة، المتحف، الحرف اليدوية)

بعد الظهر
مغامرة إلى حافة العالم والاختيار من بين مجموعة من أنشطة المغامرات (رحلات الاستكشاف بالسيارات رباعية الدفع، والتنزه، وتسلق الصخور)

المساء
العودة إلى الرياض

الخيار ب

اليوم الأول: الدمام وواحة الأحساء

الصباح
زيارة مركز الملك عبد العزيز للتراث الثقافي
(الاستمتاع بالمعروضات والحديقة)

بعد الظهر
اكتشاف واحة الأحساء وبحيرة الأصفر (جولة بصحبة دليل لموقع اليونسكو والمشي لمسافة صغيرة عبر أشجار النخيل)

المساء
القيادة بالسيارة لمدة ساعتين والاستمتاع بأمسية ساحرة في الربع الخالي (عشاء تقليدي، وتأمل النجوم)
أو العودة إلى الدمام

اليوم الثاني: التجارب الصحراوية في الربع الخالي (اختيارية)

الصباح
الاستمتاع بمجموعة من أنشطة المغامرات الصحراوية (ركوب الجمال، عروض الصقور، جولة بسيارة رباعية الدفع)

بعد الظهر
القيادة بالسيارة لمدة ساعتين في طريق العودة مع توقف محتمل في ميناء العقير (زيارة بصحبة دليل لهذا الميناء العريق)

المساء
العودة إلى الدمام

منتج سياحي للحج والعمرة+


محلية



دولية


الترفيه


زيارة الأقارب والأصدقاء

المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات


الزيارات الدينية



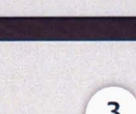
1

2

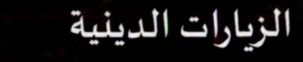
3

4 الترفيه بغرض العمل


5 الحج والعمرة+



تعزيز زيارات الترفيه والإنفاق عليها


تعزيز الإنفاق على الترفيه، وتعزيز زيارات الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض والزيارات الدينية

الحج والعمرة+



الملامح النموذجية


كافة الفئات العمرية


رجال منفردين، وعائلات وأزواج


ليالي/إقامة[1]


1,900-300 ألف ريال سعودي من الإنفاق/لكل مسافر/باليوم[1]


السعي للإحساس بالرضا وإعادة التواصل مع عائلاتهم

المزايا الفريدة


إثراء رحلة الحج لديك بإجازة مريحة في الثقافة والجمال الطبيعي للمملكة

المنتج

- المناظر الطبيعية المتنوعة والفريدة في المملكة
- أنشطة مميزة للعائلات والمجموعات
- تمديد الرحلة الدينية من خلال منظم رحلات الحج
- مواقع إسلامية تاريخية مهمة




أمثلة


مدينة جدّة القديمة


الهدا والشفا، وطريف


سكة حديد الحجاز، المدينة المنوّرة

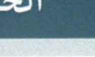
حرات راحة، المدينة المنوّرة

1. الفقرة الترفيهية ضمن الرحلة

الحج والعمرة+

نسبة الاستعداد لزيارة المملكة من أجل الترفيه

%55


الخصائص

العمر	دخل الأسرة الشهري	المجموعة المسافرة	دول المصدر الرئيسية
كافة الفئات العمرية	غالباً أكثر من 15 ألف ريال سعودي و9.5 إلى 15 ألف ريال سعودي	غالباً رجال، وعائلات وأزواج	ماليزيا إندونيسيا أوروبا

الاحتياجات

الاحتياجات العاطفية	الاحتياجات العملية	التصورات تجاه المملكة	عوائق تمديد الزيارة إلى المملكة
1 الاسترخاء 2 صنع الذكريات 3 إعادة التواصل مع عائلتي	1 آمنة 2 تجارب جديدة 3 مرتبط بالعائلة	1 تجارب جديدة 2 خاصة 3 ثقافية	1 لا يقدم منظمو الرحلات خدمة تمديد الرحلات 2 نقص المسارات المنظمة للمجموعات الكبيرة 3 قيود الميزانية

السلوكيات

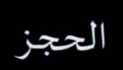
متوسط مدة الإقامة	الحجوزات	الإقامة	الأنشطة
3-2 أيام	بشكل أساسي من خلال منظمي رحلات الحج والعمرة	نحو 60% يقيمون في فنادق 3 نجوم	استكشاف المواقع الإسلامية المهمة الأخرى تجربة الثقافة المحلية لأرض الرسول زيارة الأسواق التقليدية
متوسط الإنفاق باليوم لكل مسافر 300 – 1,900 ريال سعودي			

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين السياحيين؛ ومكالمات الخبراء





المنتج: إثراء رحلة الحج لديك بإجازة في الثقافة والجمال الطبيعي للمملكة



الحجز

- تجربة مريحة ومتكاملة بالكامل من خلال رحلتك الدينية المخطط لها
- إضافة بسيطة يمكن تنظيمها من خلال منظم رحلات العمرة المفضل لديك (حتى في مرحلة لاحقة إذا لزم الأمر)



الطيران

- أسهل وجهة، فلا يلزم رحلة إضافية، مقارنة بالحج التقليدي
- يمتاز مطار جدة بأنه مرتبط بالخطوط الأخرى بشكل جيد مما يسمح للزوار بتحسين وقتهم والسفر بسرعة إلى الوطن بعد (117 وجهة مباشرة، 2,400 رحلة أسبوعية)





تجربة الوجهة

الإقامة:

- عروض متنوعة بأسعار متعددة (من الشقق المفروشة، وصولاً إلى فنادق 5 نجوم فاخرة) في كل من مكة المكرمة والمدينة المنورة وحولهما
- يتوفر عدد من خيارات العائلات والمجموعات

الأنشطة:

- فرصة لاكتشاف مواقع إسلامية مهمة أخرى والثقافة المحلية لأرض الرسول
- إمكانية الاستمتاع بوقت إضافي مميز مع عائلتك/ مجموعتك، من خلال مزيج من أنشطة الترفيه والاستجمام الجذابة

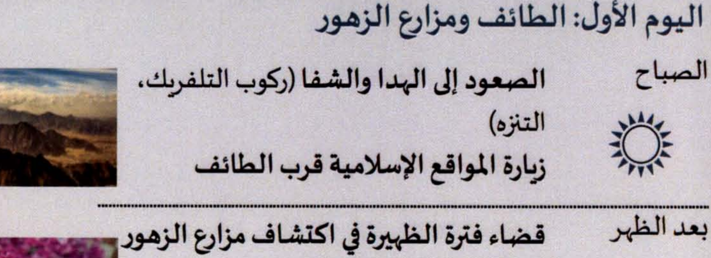
الخدمات:

- انتقال سلس من خلال مواقع متصلة جيداً، تقدم الخدمات اللازمة وفقاً واحتراماً لرحلة الحج التي تمت مؤخراً
- مرافق وخدمات في الموقع متوافقة وترحيبية للمجموعات الكبيرة

برنامج الرحلة: إثراء رحلة الحج لديك بإجازة في الثقافة والجمال الطبيعي للمملكة

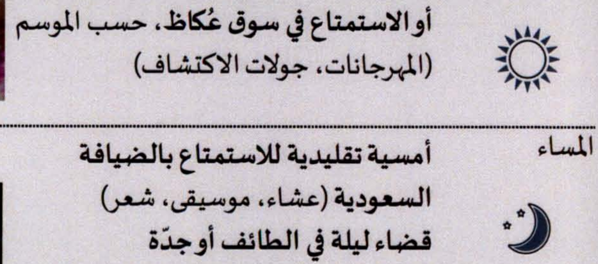
حول مكة المكرّمة (أكثر شيوعاً)

اليوم الأول: الطائف ومزارع الزهور



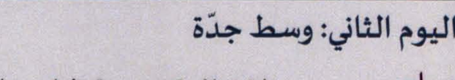
الصباح
الصعود إلى الهدا والشفا (ركوب التلفريك، التنزه)
زيارة المواقع الإسلامية قرب الطائف

بعد الظهر
قضاء فترة الظهيرة في اكتشاف مزارع الزهور أو الاستمتاع في سوق عُكاظ، حسب الموسم (المهرجانات، جولات الاكتشاف)



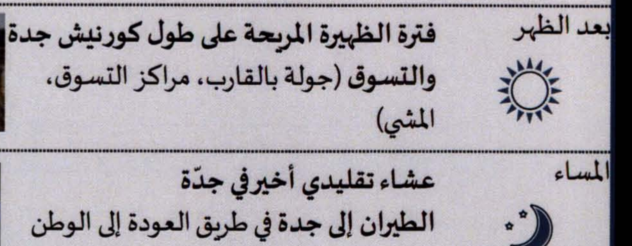
المساء
أمسية تقليدية للاستمتاع بالضيافة السعودية (عشاء، موسيقى، شعر)
قضاء ليلة في الطائف أو جدّة

اليوم الثاني: وسط جدّة



الصباح
جولة ثقافية بصحبة دليل محلي إلى جدة القديمة (الحرف اليدوية، المتحف، السوق)

بعد الظهر
فترة الظهيرة المريحة على طول كورنيش جدة والتسوق (جولة بالقارب، مراكز التسوق، المشي)



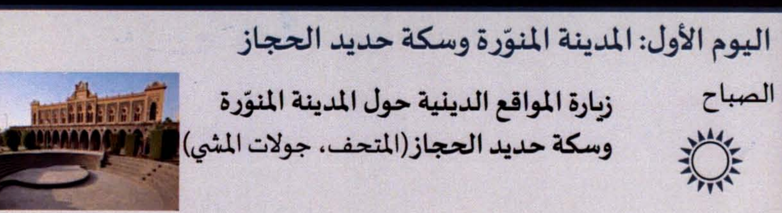
المساء
عشاء تقليدي أخير في جدّة
الطيران إلى جدة في طريق العودة إلى الوطن

برنامج نموذجي من 2-3 أيام
مقابل 750 ريال سعودي باليوم لكل مسافر

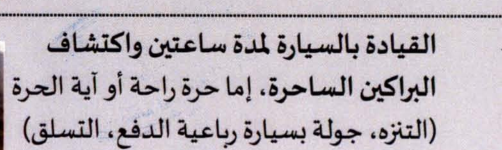


حول المدينة المنورة

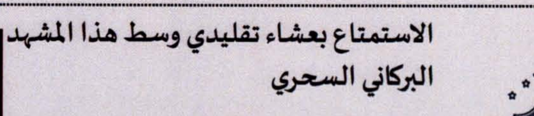
اليوم الأول: المدينة المنوّرة وسكة حديد الحجاز



الصباح
زيارة المواقع الدينية حول المدينة المنوّرة وسكة حديد الحجاز (المتحف، جولات المشي)

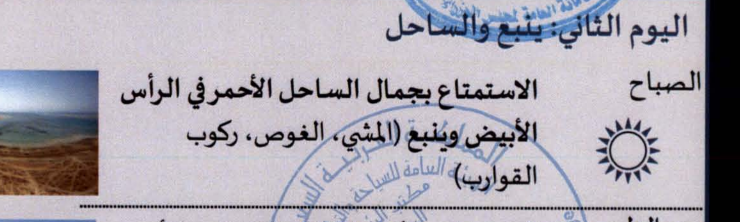


بعد الظهر
القيادة بالسيارة لمدة ساعتين واكتشاف البراكين الساحرة، إما حرة راحة أو آية الحرة (التنزه، جولة بسيارة رباعية الدفع، التسلق)

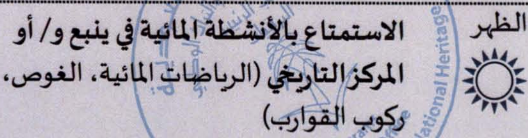


المساء
الاستمتاع بعشاء تقليدي وسط هذا المشهد البركاني السحري
ثم التخييم أو العودة إلى المدينة المنوّرة

اليوم الثاني: ينبع والساحل



الصباح
الاستمتاع بجمال الساحل الأحمر في الرأس الأبيض وينبع (المشي، الغوص، ركوب القوارب)



بعد الظهر
الاستمتاع بالأنشطة المائية في ينبع و/ أو المركز التاريخي (الرياضات المائية، الغوص، ركوب القوارب)

المساء
العودة إلى المطار للتوجه إلى الوطن

أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

- الوجهات الجاهزة
- الفئات المستهدفة من 2019-2022
- **أعداد الزوار والأثر الاجتماعي والاقتصادي**
- المبادرات حتى عام 2022
- مخاطر الاستراتيجية

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات







من المتوقع أن تصل الزيارات الإضافية إلى 20.8 مليون بحلول عام 2022: 14.4 مليون زيارة دولية و6.4 مليون زيارة محلية

عدد الزيارات بالمليون

	2018	2019	2020	2021	2022
دولياً	15.0	15.6	18.7	23.7	29.4
محلياً	26.2	29.2	30.5	31.5	32.6
المجموع	41.2	44.9	49.3	55.3	62.0

أكثر من 20.5 مليون

أكثر 50%
(من 2018 إلى 2022)

أكثر من 14.4 مليون

أكثر من 96%
(من 2018 إلى 2022)

أكثر من 6.4 مليون

أكثر من 24%
(من 2018 إلى 2022)

ملاحظة: تشمل الأرقام الدولية كلاً من الإقامة التجارية وغير مدفوعة الأجر، وتتضمن المحلية فقط الإقامة التجارية المدفوعة

المصادر: وزارة الحج والعمرة؛ والمجلس الدولي للسياحة والسفر؛ والهيئة العامة للإحصاء؛ ويورومونيتور؛ ومنظمة السياحة العالمية، وتحليلات الفريق

سيشكل الترفيه وزيارة الأقارب والأصدقاء نصف نمو الزيارات الدولية

عدد الزيارات بالمليون

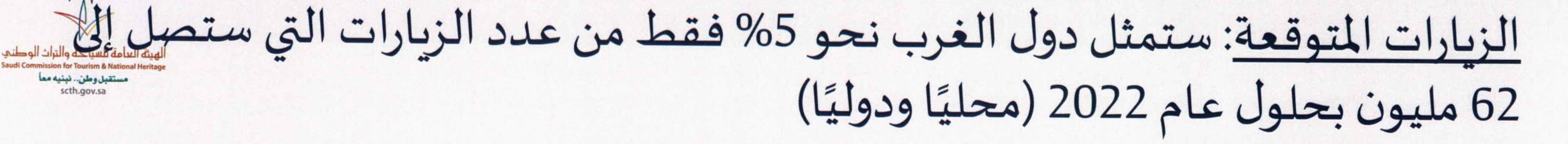
أكثر من 50%

	2018	2019	2020	2021	2022
الترفيه الدولي	1	1	2	3	4
زيارة الأقارب والأصدقاء دولياً	2	2	3	5	6
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات الدولية	2	2	3	3	3
الزيارات الدينية الدولية	9	10	11	14	17
الترفيه المحلي	15	18	19	19	20
زيارة الأقارب والأصدقاء محلياً	4	4	4	4	4
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات المحلية	1	1	1	2	2
الزيارات الدينية المحلية	6	6	6	7	7
المجموع	41	45	49	55	62

	الزيادة المستهدفة ضمن الفترة 2018-2022	
الترفيه الدولي	أكثر من 3.0 مليون	%340
زيارة الأقارب والأصدقاء دولياً	أكثر من 3.3 مليون	%144
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات الدولية	أكثر من 0.5 مليون	%21
الزيارات الدينية الدولية	أكثر من 7.6 مليون	%81
الترفيه المحلي	أكثر من 5.3 مليون	%36
زيارة الأقارب والأصدقاء محلياً	أكثر من 0.3 مليون	%7
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات المحلية	أكثر من 0.4 مليون	%34
الزيارات الدينية المحلية	أكثر من 0.4 مليون	%6

ملاحظة: تشمل الأرقام الدولية كلاً من الإقامة التجارية وغير مدفوعة الأجر، وتتضمن المحلية فقط الإقامة التجارية المدفوعة

المصادر: وزارة الحج والعمرة؛ والمجلس الدولي للسياحة والسفر؛ والهيئة العامة للإحصاء؛ ويوروومونيتور؛ ومنظمة السياحة العالمية، وتحليلات الفريق



الزيارات المتوقعة: ستمثل دول الغرب نحو 5% فقط من عدد الزيارات التي ستصل إلى 62 مليون بحلول عام 2022 (محليًا ودوليًا)

نسبة إجمالي الزيارات

نحو 8%
إجمالي الزيارات

%3.0
%5.1
%7.6
%8.3
%23.4
%52.6

نحو
%92
من إجمالي الزيارات

إجمالي عدد الزيارات (بالمليون)

2019: 44.9 — 1.5، 0.7، 3.2، 2.3، 8.0، 29.2
2020: 49.3 — 1.0، 1.9، 3.5، 2.9، 9.4، 30.5
2021: 55.3 — 1.4، 2.5، 4.1، 4.0، 11.8، 31.5
2022: 62.0 — 1.9، 3.2، 4.7، 5.1، 14.5، 32.6

آسيا (الصين غالبًا)
دول الغرب
دول الخليج
الشرق الأوسط
الدول الإسلامية الأخرى[1]
المملكة العربية السعودية

1. تشمل الدول من غير الغرب التي تضم أكثر من 50,000 زيارة دينية سنويًا بحلول عام 2022: أفغانستان، الجزائر، بنغلاديش، إثيوبيا، الهند، إندونيسيا، ماليزيا، المغرب، نيجيريا، باكستان، السودان، تونس

ملاحظة: تشمل الأرقام الدولية كلاً من الإقامة التجارية وغير مدفوعة الأجر، وتتضمن المحلية فقط الإقامة التجارية المدفوعة

المصادر: وزارة الحج والعمرة؛ والمجلس الدولي للسياحة والسفر؛ والهيئة العامة للإحصاء؛ ويورومونيتور؛ ومنظمة السياحة العالمية، وتحليلات الفريق



الزيارات المتوقعة: ستمثل دول الغرب نحو 8% فقط من عدد الزيارات الإضافية بحلول عام 2022 (محليًا ودوليًا)

الزيارات الإضافية (بالمليون)

	2019	2020	2021	2022	نسبة الزيادة في 2022
آسيا (الصين غالبًا)	0.0	0.3	0.7	1.2	5.8%
دول الغرب	0.1	0.4	1.0	1.7	%8.2
دول الخليج	0.1	0.4	1.0	1.6	%7.9
الشرق الأوسط	0.1	0.8	1.8	3.0	%14.2
الدول الإسلامية الأخرى[1]	0.4	1.8	4.2	6.9	%33.3
KSA	3.0	4.3	5.3	6.4	%30.7
المجموع	**3.6**	**8.0**	**14.0**	**20.8**	

نحو 14% من الزيارات الإضافية

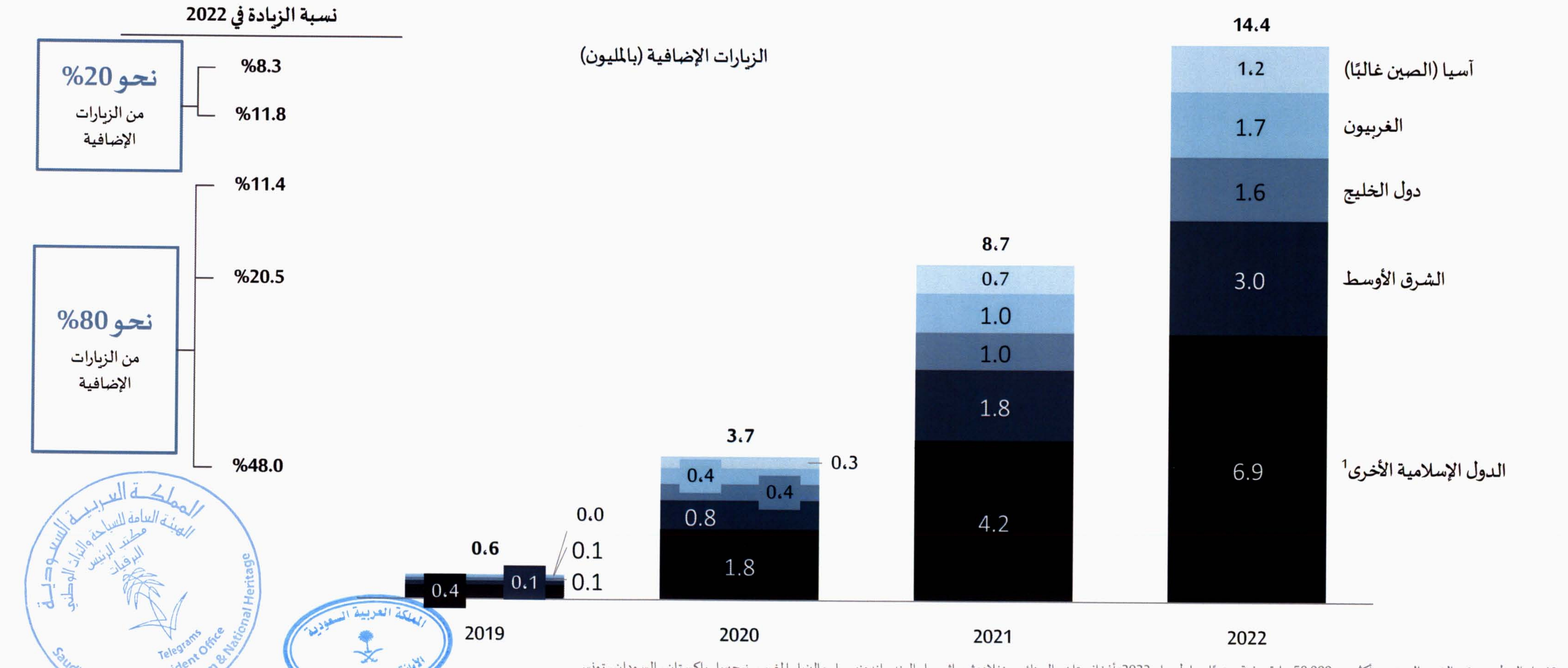
نحو 86% من الزيارات الإضافية

1. تشمل الدول من غير الغرب التي تضم أكثر من 50,000 زيارة دينية سنويًا بحلول عام 2022: أفغانستان، الجزائر، بنغلاديش، إثيوبيا، الهند، إندونيسيا، ماليزيا، المغرب، نيجيريا، باكستان، السودان، تونس

ملاحظة: تشمل الأرقام الدولية كلاً من الإقامة التجارية وغير مدفوعة الأجر، وتتضمن المحلية فقط الإقامة التجارية المدفوعة

المصادر: وزارة الحج والعمرة؛ والمجلس الدولي للسياحة والسفر؛ والهيئة العامة للإحصاء؛ ويوروومونيتور؛ ومنظمة السياحة العالمية، وتحليلات الفريق

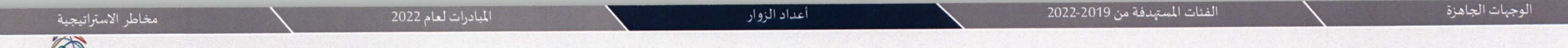
الزيارات الدولية المتوقعة: ستمثل دول الغرب نحو 12% فقط من عدد الزيارات الإضافية بحلول عام 2022



1. تشمل الدول من غير الغرب التي تضم أكثر من 50,000 زيارة دينية سنويًا بحلول عام 2022: أفغانستان، الجزائر، بنغلاديش، إثيوبيا، الهند، إندونيسيا، ماليزيا، المغرب، نيجيريا، باكستان، السودان، تونس

ملاحظة: تشمل الأرقام الدولية كلاً من الإقامة التجارية وغير مدفوعة الأجر، وتتضمن المحلية فقط الإقامة التجارية المدفوعة

المصادر: وزارة الحج والعمرة؛ والمجلس الدولي للسياحة والسفر؛ والهيئة العامة للإحصاء؛ ويوروومونيتور؛ ومنظمة السياحة العالمية، وتحليلات الفريق



ستصبح المملكة العربية السعودية الدولة الخامسة عشر الأكثر زيارة على مستوى العالم بحلول عام 2022، والوجهة الأولى في الشرق الأوسط

2017

إجمالي عدد الزيارات الدولية في عام 2017 (بالمليون)

الترتيب	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	15	20	21	22	23	24
الزيارات	87	82	77	61	58	39	38	38	37	36	29	29	28	27	26	23	22	21	18	18	17	16	14	14

2022

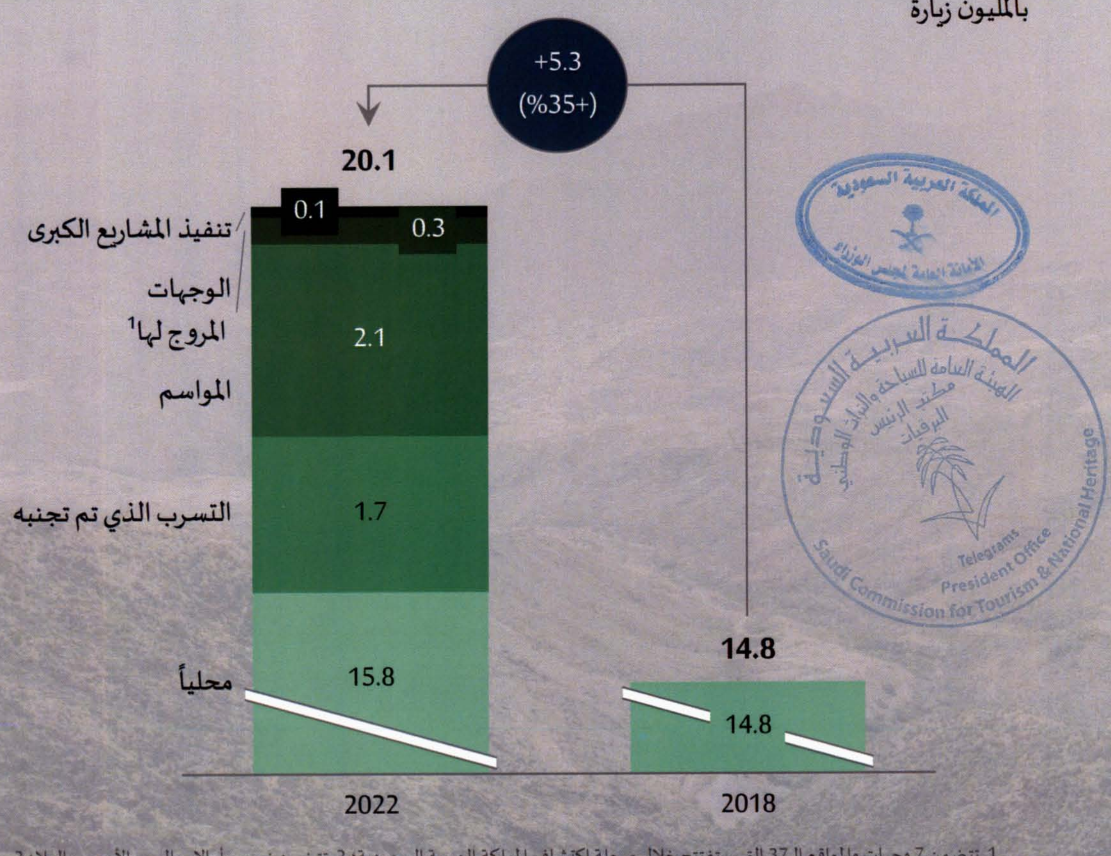
إجمالي عدد الزيارات الدولية في عام 2022 (بالمليون)

الترتيب	1	2	3	4	5	5	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
الزيارات	98	92	83	75	66	50	49	41	40	37	37	35	33	32	29	29	29	25	25	24	23	22	22	22

المصدر: منظمة السياحة العالمية؛ ويورومونيتور؛ ومركز المعلومات والأبحاث السياحية؛ والزيارات إلى الدول المتوقعة حتى 2022 باستخدام البيانات العالمية لحصص الزيارات لغرض الترفيه

ملاحظة: إجمالي الزيارات الدولية موضّحة في جميع أغراض الزيارات الدولية

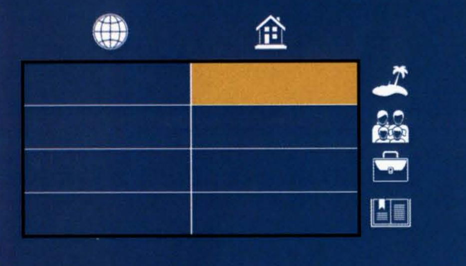
ستستضيف المملكة ما يصل إلى 20.1 مليون زيارة ترفيهية محلية بحلول عام 2022



1. تتضمن 7 وجهات والمواقع الـ37 التي ستفتتح خلال مرحلة اكتشاف المملكة العربية السعودية؛ 2. تتضمن نيوم، وأمالا، والبحر الأحمر، والعلا؛ 3. تحسب كل زيارات إضافية للوجهة على أنها 5% تقريباً من الطلب على فعالية موسمية واحدة للوصول إلى 33% من إجمالي زيارات الترفيه الدولية للوجهات التي يتم الترويج لها

ملاحظة: تتضمن فقط الزيارات إلى مقرات الإقامة التجارية المدفوعة

المصادر: مركز المعلومات والأبحاث السياحية؛ ويوروموني‌تور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق



الترفيه المحلي

شكلت الزيارات لغايات الترفيه المحلي في عام 2018 14.8 مليون زيارة

بحلول عام 2022، باستطاعة المملكة استضافة 20.1 مليون زيارة مع 5.3 مليون زيارة إضافية:

- أكثر من 0.1 مليون زيارة من الزيارات[2] المتوقعة للمشاريع العملاقة[2]
  - مشروع نيوم: 14 ألف البحر الأحمر: 20 ألف
  - أمالا: 4 آلاف العلا: 80 ألفاً
- أكثر من 2.1 مليون زيارة من الزيارات المتوقعة في المواسم
- أكثر من 1.7 مليون زيارة من التسرب إلى الخراج محولة إلى زيارات ترفيهية محلية
- أكثر من 1.0 مليون زيارة عند خط الأساس المحلي، بناء على النمو السكاني (2% من معدل النمو السنوي المركب)
- أكثر من 0.3 مليون زيارة من الطلب الإضافي تولدها الوجهات السبع المروج لها



المنهجية: تُقدر زيارات المواسم بناءً على أرقام وتقديرات الحضور الأولية لعام 2019

بالمليون زيارة	بيانات الحضور الفعلية				بيانات الحضور المقدرة							
	المنطقة الشرقية	عيد الأضحى	جدة	حائل	عيد الفطر	الطائف	الرياض	الدرعية	العلا	شهر رمضان المبارك	العيد الوطني	الإجمالي
عدد السكان	4.90		8.56			8.56	8.22	8.22	2.13			
الزيارات/عدد السكان	*0.7 ضعف*		*1.7 ضعف*			*1.7 ضعف*	*1.7 ضعف*	*1.7 ضعف*	*0.7 ضعف*			
إجمالي الزيارات	3.20	5.10	14.80	1.62	5.10	14.80	14.21	14.21	1.39	10.00	1.00	85.43
الزيارات الفريدة	1.60	2.55	7.40	0.81	2.55	7.40	7.10	7.10	0.70	5.00	0.50	42.71
الزيارات خارج المدينة	0.32	0.51	1.48	0.16	0.51	1.48	1.42	1.42	0.14	1.00	0.10	8.54
زيارات المبيت	0.16	0.26	0.74	0.08	0.26	0.74	0.71	0.71	0.07	0.50	0.05	4.27
إجمالي الزيارات	0.08	0.13	0.37	0.04	0.13	0.37	0.36	0.36	0.03	0.25	0.03	2.14
المجموعة الفرعي	الزيارات الفعلية: 0.6 مليون				الزيارات المقدرة: 1.5 مليون							2.1 مليون

يحتسب إجمالي الحضور بتطبيق نفس معدل زيارة السكان إلى المدينة المستضيفة

%50 يزور كل زائر الموسم مرتين بالمتوسط

%20 يأتي 1 من 5 زوار بالمتوسط من خارج المدينة المستضيفة

%50 يقضي زائر من زائرين ليلة واحدة في الموسم على الأقل

%50 يعتبر حضور الموسم بالمتوسط الغرض الرئيسي للسفر لزائر من زائرين

إجمالي الزيارات السنوية المقدرة للمواسم

أرقام المدخلات من الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني

تستند المعادلة إلى الافتراضات

الافتراضات المحددة بالموسم

- يُقدر شهر رمضان المبارك بضعفي العيد
- تُقدر زيارات العيد الوطني بمليون زيارة بالنظر إلى المدة المحدودة (يوم واحد فقط)

1. بناءً على بيانات الموسم في المنطقة الشرقية



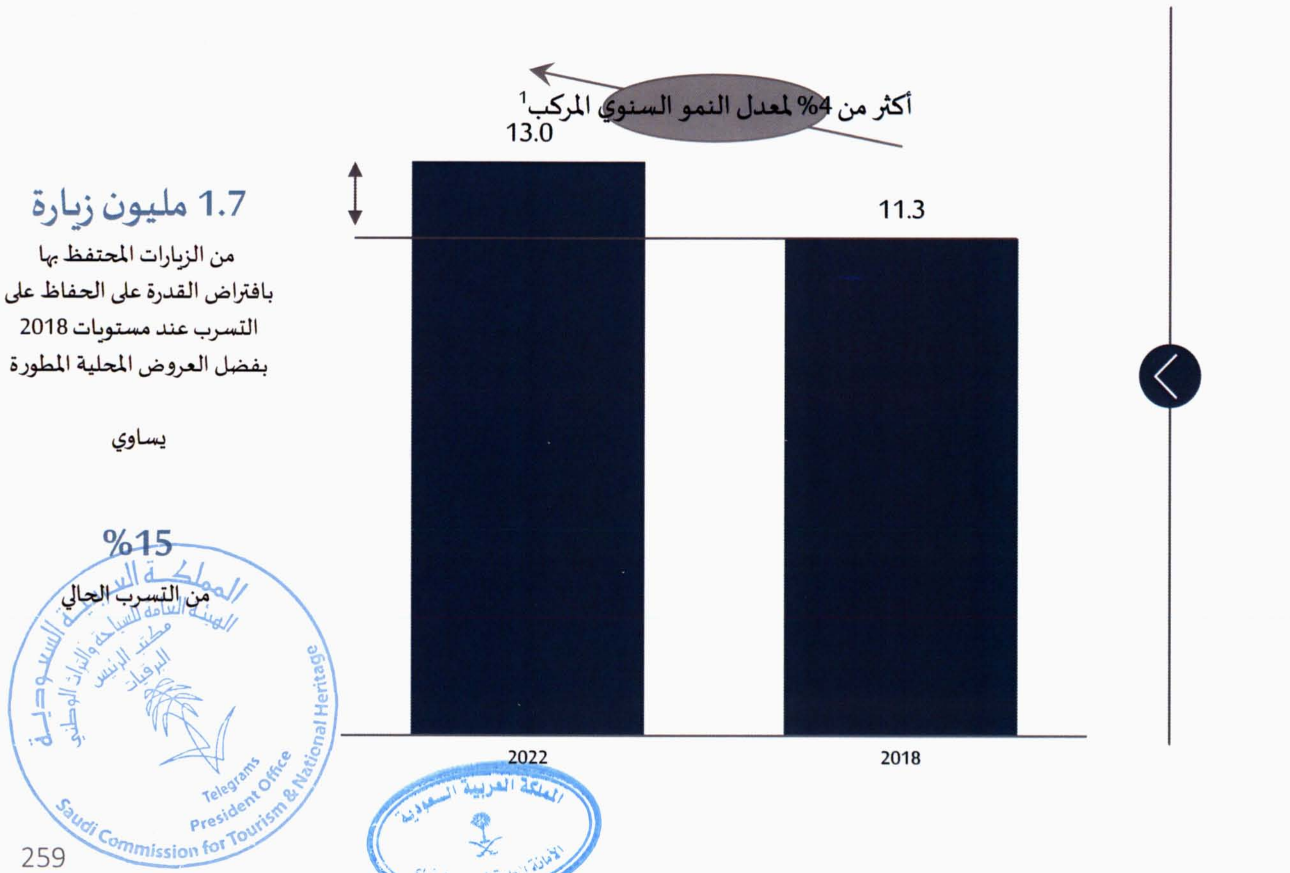
المنهجية: سيؤدي تجنب زيادة التسرب إلى توفير 1.7 مليون زيارة إضافية -15% من التسرب الحالي

يقدر تسرب عام 2018 بنحو 11.3 مليون زيارة

عدد الزيارات الخارجية بالمليون

		2018
1	البحرين	3.8
2	الإمارات العربية المتحدة	2.9
3	الكويت	1.2
4	مصر	1.0
5	تركيا	0.7
6	الأردن	0.5
7	المملكة المتحدة	0.1
8	إندونيسيا	0.1
	بقية الشرق الأوسط	0.2
	بقية أرجاء العالم	0.8
	الإجمالي	11.3

قد تمنع العروض المحلية الجديدة التسرب الإضافي



1.7 مليون زيارة

من الزيارات المحتفظ بها بافتراض القدرة على الحفاظ على التسرب عند مستويات 2018 بفضل العروض المحلية المطورة

يساوي

%15

من التسرب الحالي

1. معدل النمو السنوي المركب استناداً إلى معدل النمو السنوي المركب للزيارات الخارجية للأعوام 2016-2018

المصدر: يورومونيتور، ومركز المعلومات والأبحاث السياحية

ستستضيف المملكة ما يصل إلى 4.1 مليون من زيارات الأقارب والأصدقاء محلياً بحلول عام 2022

بالمليون زيارة

	2022	2018
زيارات	4.1	3.9

+0.3 (%8+)

ملاحظة:تتضمن فقط الزيارات إلى مقرات الإقامة التجارية المدفوعة

المصادر: مركز المعلومات والأبحاث السياحية؛ ويورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق



زيارة الأقارب والأصدقاء محلياً

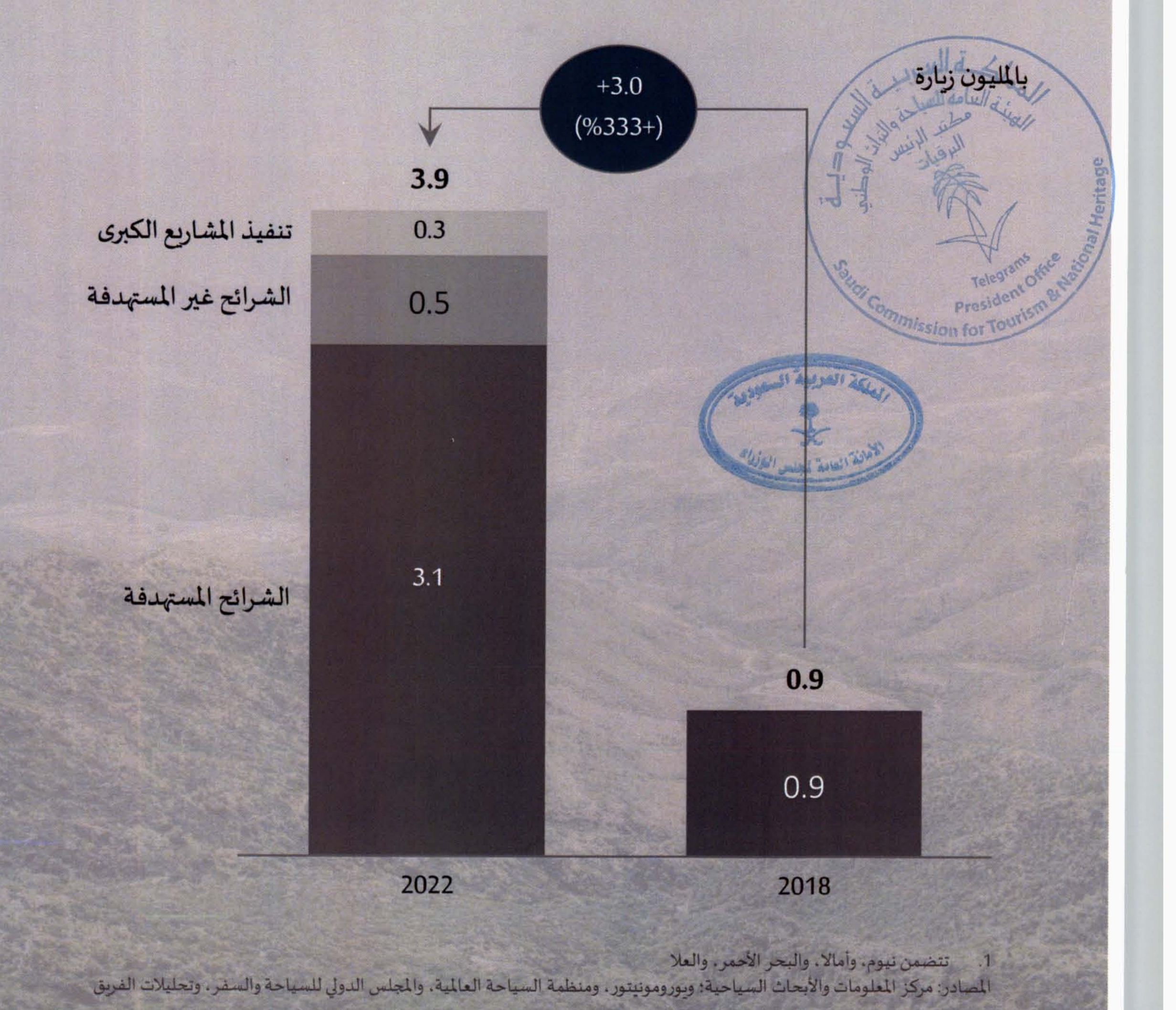
في عام 2018، شكلت زيارة الأقارب والأصدقاء محلياً 3.9 مليون زيارة من دول الخليج

بحلول عام 2022، يمكن أن تصل المملكة إلى 4.1 مليون زيارة مع 0.3 مليون زيارة إضافية، بناءً على النمو السكاني المتوقع (2% معدل نمو سنوي مركب)

لن تتأثر زيارة الأقارب والأصدقاء محلياً سواء بإطلاق التأشيرة أو الاستراتيجية الوطنية للسياحة

من المفترض أن لا يعمل العمال في المشاريع العملاقة على تعزيز زيارات الأقارب والأصدقاء ولكن من المتوقع أن يزوروا عائلاتهم في بلدهم الأم، ثم يدعونها إلى مواقع البناء

باستطاعة المملكة العربية السعودية جذب نحو 3.9 مليون زيارة ترفيه دولي بحلول عام 2022



1. تتضمن نيوم، وأمالا، والبحر الأحمر، والعلا

المصادر: مركز المعلومات والأبحاث السياحية؛ ويورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق

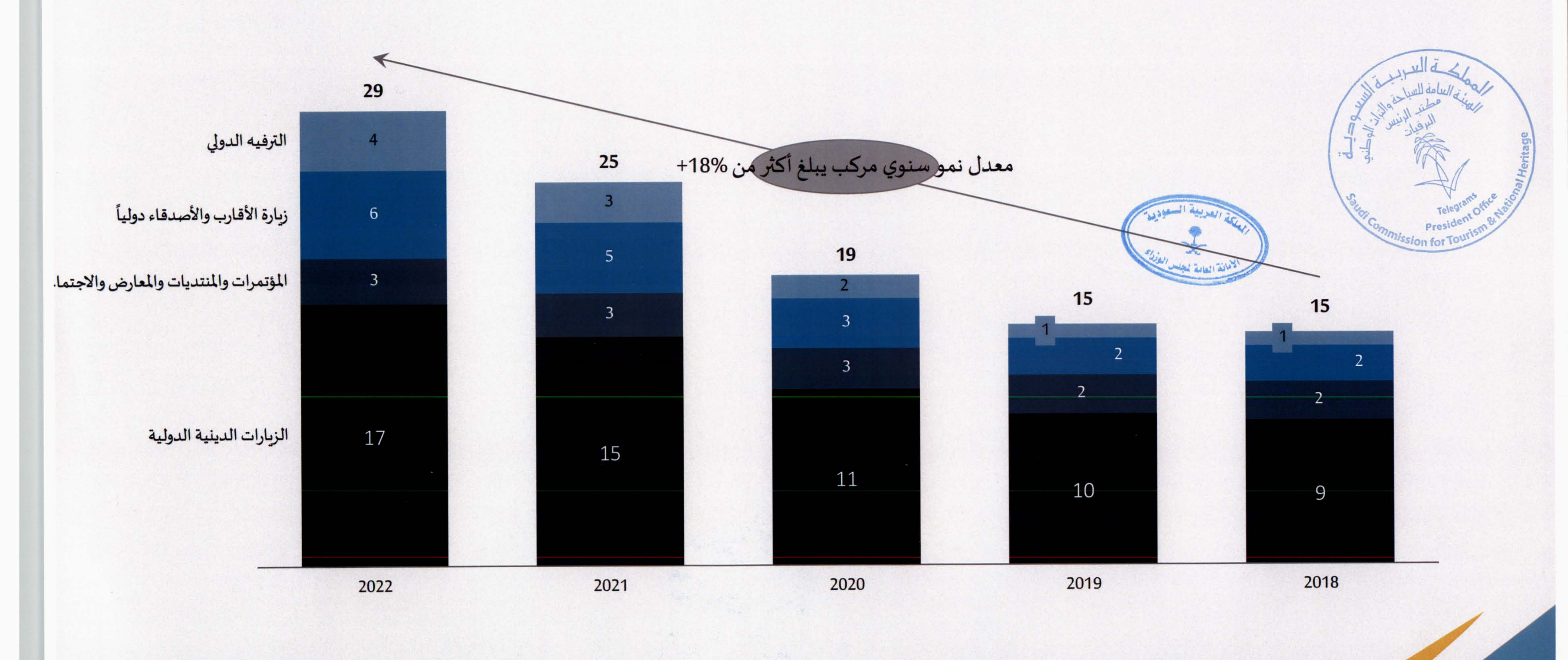


الترفيه الدولي

في عام 2018، شكل الترفيه الدولي 0.9 مليون زيارة من دول الخليج

بحلول عام 2022، باستطاعة المملكة تحقيق 3.9 مليون زيارة مع 3.0 مليون زيارة إضافية:

- أكثر من 0.3 مليون زيارة من الزيارات المتوقعة للمشاريع العملاقة1
  - مشروع نيوم: 152 ألف   البحر الأحمر: 45 ألف
  - أمالا: 45 ألف   العلا: 20 ألف
- أكثر من 0.5 مليون زيارة من الشريحة غير المستهدفة
- أكثر من 2.2 مليون زيارة من الشرائح المستهدفة المتبقية (بناءً على النمو التاريخي لزيارات دول الخليج والكسب الإضافي للقطاعات المستهدفة الجديدة)


الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
scth.gov.sa
الزيارات: يمثل الترفيه الدولي عنصراً واحداً فقط من إمكانات الزيارات الدولية إلى المملكة
الترفيه الدولي
زيارة الأقارب والأصدقاء دولياً
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتما.
الزيارات الدينية الدولية
29
4
6
3
17
25
3
5
3
15
19
2
3
3
11
15
1
2
2
10
15
1
2
2
9
2022
2021
2020
2019
2018
معدل نمو سنوي مركب يبلغ أكثر من 18%+
المصدر: استطلاع آراء المستهلكين: ويورومونيتور، وشركة أس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

يمكن أن تستحوذ المملكة على ما يصل إلى 3.1 مليون زيارة من شرائح العملاء المستهدفة ضمن الترفيه الدولي بحلول 2022، من 0.9 مليون في 2018



تشكل شرائح العملاء المستهدفة فرصة للمملكة

	الشريحة	الوصف	زيارات 2022
1	دول الخليج العربي	سياح دول الخليج المسافرون إلى الشرق الأوسط — نحو 900 ألف زيارة من دول الخليج إلى المملكة	نحو 1300 ألف
2	الشرق الأوسط	سياح الشرق الأوسط المسافرون إلى الشرق الأوسط	نحو 160 ألفاً
3	الإمارات العربية المتحدة+	زوار الإمارات الراغبين بتوسيع رحلتهم لتشمل المملكة	نحو 540 ألف
4	الشرق الأوسط+	زوار الشرق الأوسط الراغبين بتوسيع رحلتهم لتشمل المملكة	نحو 70 ألف
5	المستكشفون المغامرون	الباحثون عن المغامرات الذي يسافرون عادة إلى وجهات سياحية ناشئة	نحو 350 ألف
6	المستكشفون الثقافيون	السياح المتعطشون للثقافة الساعين لاستكشاف الكنوز القديمة	نحو 660 ألف
	الإجمالي		نحو 3100 ألف[1]

1. يتضمن الإجمالي "زائرو الفعاليات" بحجم 10 آلاف زيارة بحلول 2022 بناء على 5-10 فعاليات ترفيهية مقدرة سنوياً مع نحو 1,000 حاضر دولي لكل فعالية، تماشياً مع فعالية فورميولا إي في عام 2018

المصادر: مركز المعلومات والأبحاث السياحية؛ ويورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق



دول الخليج: المنهجية المُتَّبعة لتحديد حجم الزيارات الإضافية

1

نحو 900 ألف زيارة من دول الخليج إلى المملكة

فرصة السوق — السوق المستهدفة

11 مليوناً	8 ملايين	3 ملايين	460 ألفاً	300 ألف

زيارات دول الخليج إلى العالم في 2022

- إجمالي عدد الزيارات العالمية المتوقعة من دول الخليج في عام 2022

الزيارات بدون زيارة الأقارب والأصدقاء

- زيارة الأقارب والأصدقاء غير المحسوبة

الافتراضات

- زيارة الأقارب والأصدقاء التي قد تؤدي الغرض في وجهات الشرق الأوسط الحالية

زيارات دول الخليج إلى الشرق الأوسط في 2022

- نظرة مق[illegible]مول الزيارات إلى وجهات الشرق الأوسط والخليج فقط

الافتراضات

- الزيارات خارج الشرق الأوسط المحسوبة في الشرائح الأخرى

فرصة السوق

- احتساب تصنيف وجهات المملكة بناء على إجمالي الزيارات من دول الخليج العربي الأخرى والربع الأول

الاستعداد لزيارة المملكة

- ضرب المجموع بنسبة 67%، ما يشير إلى استعداد زوار دول الخليج للسفر إلى المملكة العربية السعودية

الافتراضات

- الاستعداد للزيادة بفعل الترويج، وخفض الفجوة مقابل الإمارات العربية المتحدة

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين: ويورومونيتور، وشركة أس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر



دول الخليج: تشهد المملكة زيارات خارجية أعلى إلى الشرق الأوسط من دول الخليج العربي الأخرى

2018	إجمالي الزيارات الخارجية	خارجية إلى الشرق الأوسط باستثناء المملكة	النسبة إلى الشرق الأوسط باستثناء المملكة
البحرين	1.4 مليون	0.4 مليون	%29
الكويت	4.9 مليون	1.4 مليون	%28
سلطنة عُمان	2.1 مليون	1.3 مليون	%60
الإمارات	4.5 مليون	1.2 مليون	%26
المملكة العربية السعودية	21.1 مليون	15.1 مليون	%71

ملاحظة: تتضمن الأرقام الترفيه، وزيارة الأقارب والأصدقاء، والأعمال، والزيارات الدينية وغيرها

المصدر: يورومونيتور، ومركز المعلومات والأبحاث السياحية

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه
scth.gov.sa

2 الشرق الأوسط: المنهجية المُتَّبعة لتحديد حجم الزيارات

السوق المستهدفة | فرصة المملكة

9 ملايين | 6 مليون | 1 مليون | 210 آلاف | 160 ألف

زيارات الشرق الأوسط إلى العالم في 2022
- إجمالي عدد الزيارات العالمية المتوقعة من الشرق الأوسط (غير دول الخليج) في عام 2022

الزيارات بدون زيارة الأقارب والأصدقاء
- زيارة الأقارب والأصدقاء غير المحسوبة

الافتراضات
- زيارة الأقارب والأصدقاء التي قد تؤدي الغرض في وجهات الشرق الأوسط الحالية

زيارات الشرق الأوسط إلى الشرق الأوسط في 2022
- نظرة لعدد الزيارات إلى وجهات الشرق الأوسط والخليج فقط

الافتراضات
- الزيارات خارج الشرق الأوسط المحسوبة في الشرائح الأخرى

فرصة السوق
- احتساب تصنيف وجهات المملكة بناء على إجمالي الزيارات من دول الشرق الأوسط الأخرى والربع الثاني المحتسب

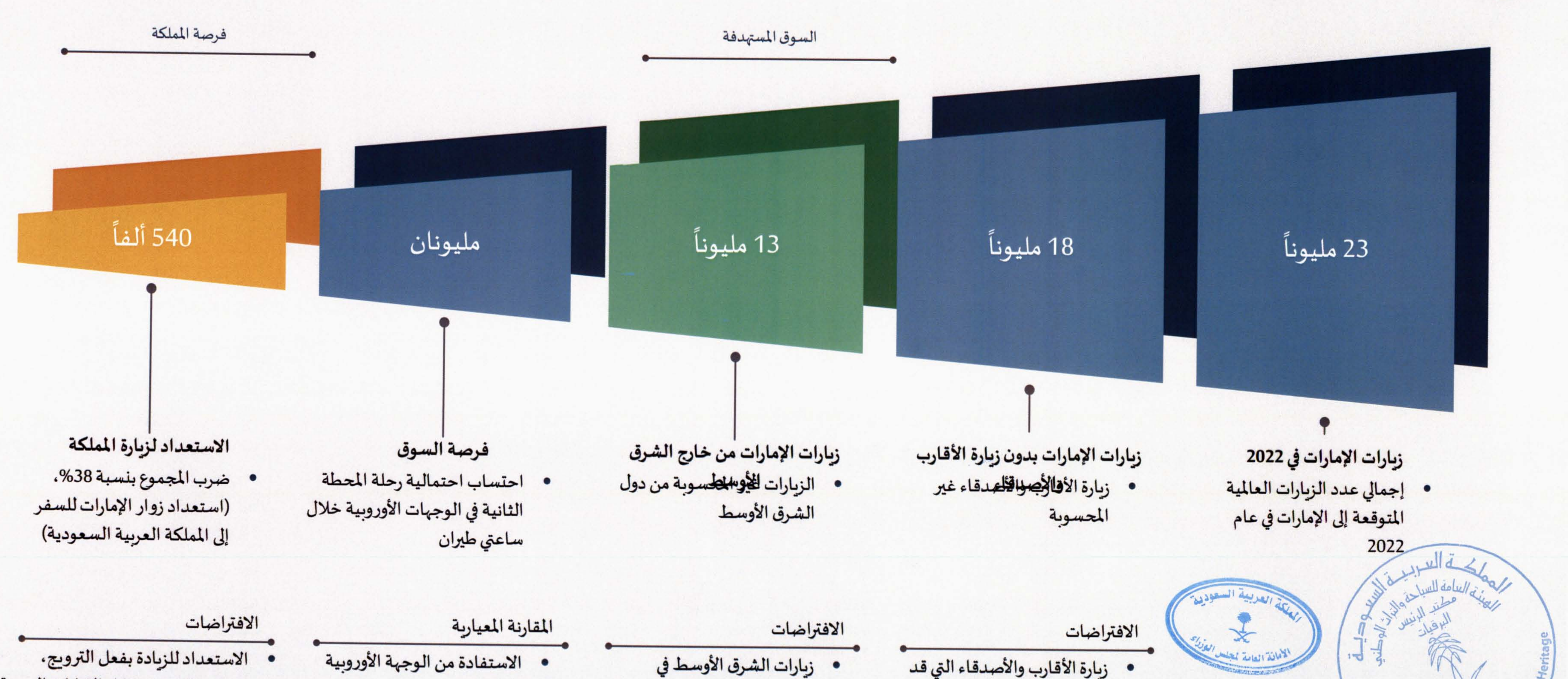
الاستعداد لزيارة المملكة
- ضرب المجموع بنسبة 73%، ما يشير إلى استعداد زوار الشرق الأوسط للسفر إلى المملكة العربية السعودية

الافتراضات
- الاستعداد للزيادة بفعل الترويج، وخفض الفجوة مقابل الإمارات العربية المتحدة

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين: ويورومونيتور، وشركة أس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه
scth.gov.sa

الإمارات العربية المتحدة+: المنهجية المُتَّبعة لتحديد حجم الزيارات



المصدر: استطلاع آراء المستهلكين؛ ويورومونيتور، ولجنة السفر الأوروبية؛ وغلوبال فلايست، وإس تي آر؛ ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر



4 الشرق الأوسط+: المنهجية المُتَّبعة لتحديد حجم الزيارات

السوق المستهدفة

فرصة المملكة

24 مليوناً	15 مليوناً	9 ملايين	320 ألفاً	70 ألفاً

زيارات الشرق الأوسط في 2022
- إجمالي عدد الزيارات العالمية المتوقعة إلى الشرق الأوسط في عام 2022

زيارات الشرق الأوسط بدون زيارة الأقارب والأصدقاء
- زيارة الأقارب والأصدقاء غير المحسوبة

الافتراضات
- زيارة الأقارب والأصدقاء التي قد تؤدي الغرض في الوجهة الأولى

زيارات الشرق الأوسط من الشرق الأوسط
- الزيارات المحسوبة من دول الشرق الأوسط

الافتراضات
- زيارات الشرق الأوسط في شريحة الشرق الأوسط

فرصة السوق[1]
- احتساب احتمالية رحلة المحطة الثانية في الوجهات الأوروبية خلال ساعتي طيران

المقارنة المعيارية
- الاستفادة من الوجهة الأوروبية في المقارنة

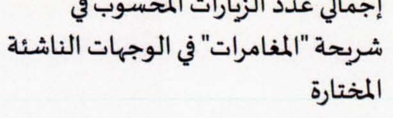
الاستعداد لزيارة المملكة
- ضرب المجموع بنسبة 22% (استعداد زوار الشرق الأوسط للسفر إلى المملكة العربية السعودية)

الافتراضات
- من المتوقع أن يزداد الاستعداد بفعل حملة التسويق والترويج، وخفض الفجوة مقابل الإمارات العربية المتحدة

[1] الإشارة إلى النتائج مجتمعة لمختلف دول الشرق الأوسط، بنسبة استحواذ مختلفة

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين؛ ويورومونيتور، ولجنة السفر الأوروبية؛ وغلوبال فلايست، وإس تي آر؛ ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

المستكشفون المغامرون: المنهجية المُتَّبعة لتحديد حجم الزيارات



السوق المستهدفة | فرصة المملكة







تحديد الوجهات الناشئة

- وجهات مختارة بأكثر من 5.5% معدل النمو السنوي المركب للزيارات وأكثر من 3% معدل النمو السنوي المركب للناتج المحلي الإجمالي بين 2014 و2017

زيارات المغامرة في 2022

- إجمالي عدد الزيارات المحسوب في شريحة "المغامرات" في الوجهات الناشئة المختارة

الافتراضات

- يعرف زوار المغامرات في الوجهات الناشئة على أنهم "مستكشفون"

فرصة السوق

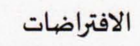
- احتساب تصنيف الوجهات الناشئة بناء على زيارات المستكشفين المغامرين من الربع الأول

الاستعداد لزيارة المملكة

- ضرب المجموع بنسبة 50%، ما يشير إلى استعداد زوار الوجهات الناشئة للسفر إلى المملكة العربية السعودية

الافتراضات

- من المتوقع أن يزداد الاستعداد بفعل حملة التسويق والترويج، وخفض الفجوة مقابل الإمارات العربية المتحدة



المصدر: استطلاع آراء المستهلكين؛ ويورومونيتور، وشركة أس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

المستكشفون الثقافيون: المنهجية المُتَّبعة لتحديد حجم الزيارات

السوق المستهدفة

فرصة المملكة

124 مليوناً

16 مليوناً

1.6 مليون

660 ألفاً

تحديد الوجهات الناشئة

- وجهات مختارة بأكثر من 5.5% معدل النمو السنوي المركب للزيارات وأكثر من 3% معدل النمو السنوي المركب للناتج المحلي الإجمالي بين 2014 و2017

زيارات الثقافة في 2022

- إجمالي عدد الزيارات المحسوب في شريحة "الثقافة" في الوجهات الناشئة المختارة

الافتراضات

- يعرف زوار الثقافة في الوجهات الناشئة على أنهم "مستكشفون"

فرصة السوق

- احتساب تصنيف الوجهات الناشئة بناء على زيارات المستكشفين الثقافيين من الربع الأول

الاستعداد لزيارة المملكة

- ضرب المجموع بنسبة 42%، ما يشير إلى استعداد زوار الوجهات الناشئة للسفر إلى المملكة العربية السعودية

الافتراضات

- من المتوقع أن يزداد الاستعداد بفعل حملة التسويق والترويج، وخفض الفجوة مقابل الإمارات العربية المتحدة

المصدر: استطلاع آراء المستهلكين؛ يوروومونيتور، وشركة أس تي آر، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر

المنهجية: تقييم فرصة المملكة مقابل الربع الأول والثاني من الوجهات المدرجة في المقارنة المعيارية

1 2 الخليج والشرق الأوسط

المتوقع للمملكة %15

المقياس: نسبة الاستحواذ

الدولة	النسبة
1. الإمارات العربية المتحدة	%46
2. سلطنة عُمان	%15
3. مصر	%12
4. البحرين	%7
5. لبنان	%6
6. الأردن	%6
7. الكويت	%6

الربع الأول — آخر الربع

3 4 رق الأوسط+ الإمارات العربية المتحدة+

المتوقع للمملكة[1] %11

المقياس: نسبة الاستحواذ[2]

الدولة	النسبة
1. فرنسا	%31
2. إيطاليا	%30
3. ألمانيا	%25
....	
9. سويسرا	%14
10. جمهورية التشيك	%14
11. السويد	%13
12. هنغاريا	%11
13. الدنمارك	%11
14. النرويج	%11
15. اليونان	%10
16. البرتغال	%9
....	
36. قبرص	%2

الربع الثاني

5 كشفون المغامرون

المتوقع للمملكة %10

المقياس: نسبة الاستحواذ

الدولة	النسبة
1. تايلاند	%21
2. الهند	%16
3. إندونيسيا	%15
4. فيتنام	%12
5. كمبوديا	%8
6. جمهورية الدومينيكان	%7
....	
31. غينيا	%0

الربع الأول — منتصف الربع

6 كشفون الثقافيون

المتوقع للمملكة %10

المقياس: نسبة الاستحواذ

الدولة	النسبة
1. الهند	%16
2. فيتنام	%15
3. إندونيسيا	%13
4. كوبا	%8
5. كمبوديا	%6
6. بوليفيا	%4
....	
31. غينيا	%0

الربع الأول — منتصف الربع

1. يشير إلى نسبة الاستحواذ على الرحلات ذات المحطة الثانية للوجهات ضمن مسافة طيران لمدة ساعتين - يزداد نسبة الاستحواذ إلى %14 للوجهات ضمن مسافة طيران لمدة ساعة واحدة
2. يشير إلى عدد السياح المسافرين إلى الدول الأوروبية الذين يختارون زيارة الدولة كوجهة ثانية

ملحوظة رقم 1: تقييم المستكشفين المغامرين والمستكشفين الثقافيين مقابل الوجهات الناشئة (وجهات تفوق السوق نمواً بأكثر من +%5.5 معدل النمو السنوي المركب لإجمالي الزيارات وأكثر من +%3 معدل النمو السنوي المركب للناتج المحلي الإجمالي بين 2014 و2017)

ملحوظة رقم 2: تقييم فرصة المملكة في منتصف الربع الثاني



الشرائح غير المستهدفة: المنهجية المُتَّبعة لتحديد حجم الزيارات

يتم النظر في أغراض السفر من أجل الثقافة والتراث والمغامرات فقط حسب الوجهات/المواقع الجاهزة

	الاستمتاع بالشمس والبحر	الثقافة والتراث	المغامرات	الرفاه	التسوق	الترفيه	تجربة المأكولات	الرياضة	الجولات البحرية	الإجمالي
السوق المستهدفة[1] (مليون زيارة)	56	39	20	23	17	17	10	7	3	190
نسبة الاستحواذ المستهدف لعام 2022[2]	%0	%1.2	%0.4	%0	%0	%0	%0	%0	%0	%0.3
إجمالي الإمكانات (مليون زيارة)	0	0.5	0.1	0.0	0	0	0	0	0	**0.5**

1. يُعرَّف السوق المستهدفة بالمسافرين الذين يرغبون في السفر بعيداً عن المملكة العربية السعودية من مقر إقامتهم ويرغبون في السفر إلى المملكة كوجهة - باستثناء السوق المستهدفة في شرائح العملاء المستهدفة
2. نسبة الزيارات الفعلية إلى إجمالي السوق المستهدفة في الدولة

المصادر: مركز المعلومات والأبحاث السياحية؛ ويورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق



المنهجية: معدل الاستحواذ المقدر للمملكة حتى 2022

يتم النظر في أغراض السفر من أجل الثقافة والتراث والمغامرات فقط حسب الوجهات/المواقع الجاهزة- باستثناء المستكشفين الثقافيين والمغامرين

الثقافة والتراث

	مرتفع جداً	مرتفعة	متوسط
مرتفع جداً	%12.4 مصر	%7.1 فرنسا	%3.7 الهند
مرتفعة	%6.9 إيطاليا	%4.1 روسيا	%2.5 اليابان
متوسط	%3.3 تركيا	%1.3 الأردن	**%1.2 سلطنة عُمان**

الجودة

المغامرات

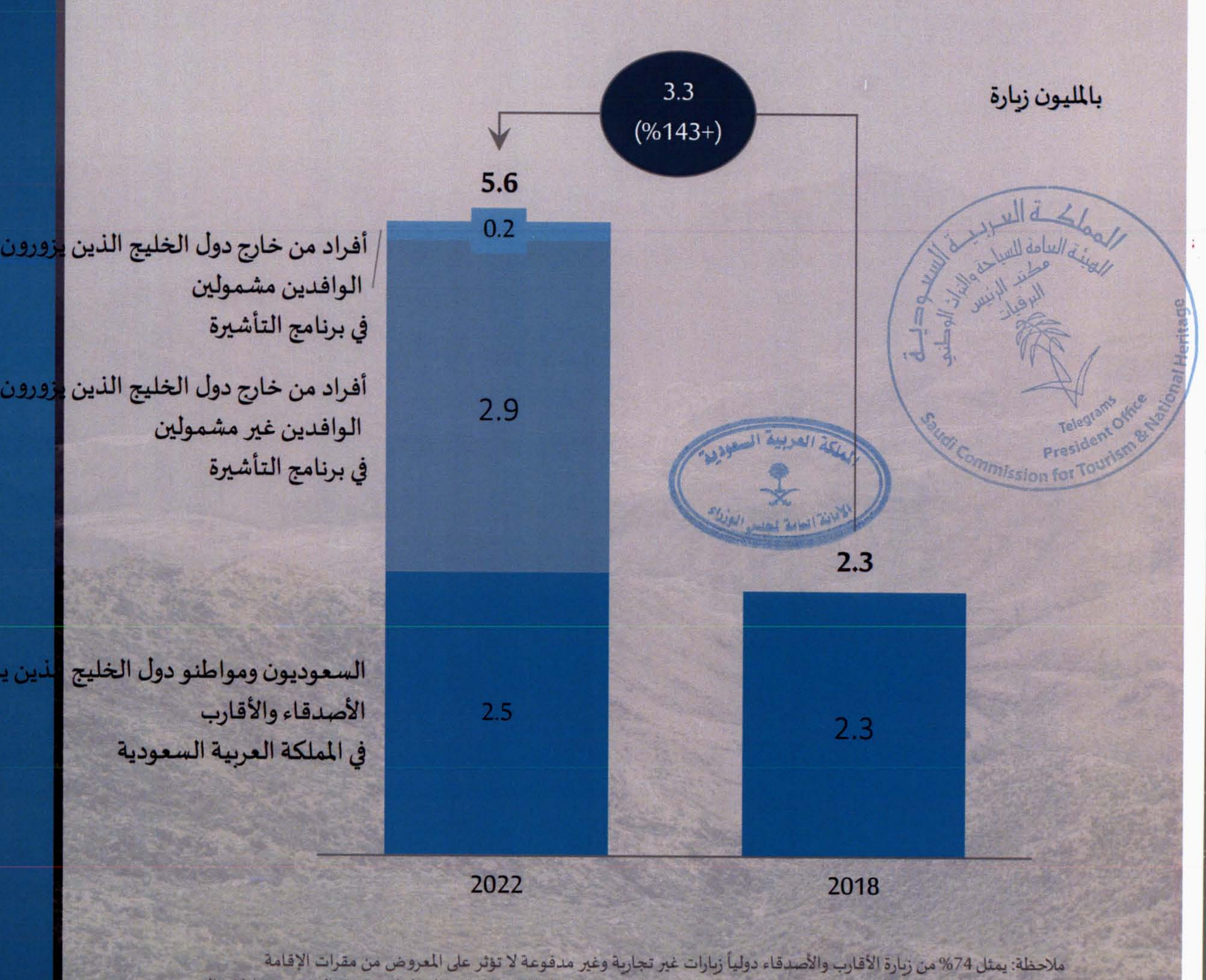
	مرتفع جداً	مرتفعة	متوسط
مرتفع جداً	%19.3 إيطاليا	%12.0 إسبانيا	%11.0 الإمارات العربية المتحدة
مرتفعة	%11.4 سويسرا	%8.9 النرويج	%4.2 تركيا
متوسط	%0.8 الأردن	%0.5 مصر	%0.4 سلطنة عُمان

الجودة

تُحدد نسبة الاستحواذ للمملكة "بمتوسط" تصنيف الجهات المعيارية في كل من إمداد العروض وجودتها

نسبة الاستحواذ للمملكة

ستشكل المملكة ما يصل إلى 5.6 مليون من زيارات الأقارب والأصدقاء دولياً بحلول عام 2022



ملاحظة: يمثل 74% من زيارة الأقارب والأصدقاء دولياً زيارات غير تجارية وغير مدفوعة لا تؤثر على المعروض من مقرات الإقامة

المصادر: مركز المعلومات والأبحاث السياحية؛ وبورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق



زيارة الأقارب والأصدقاء دولياً

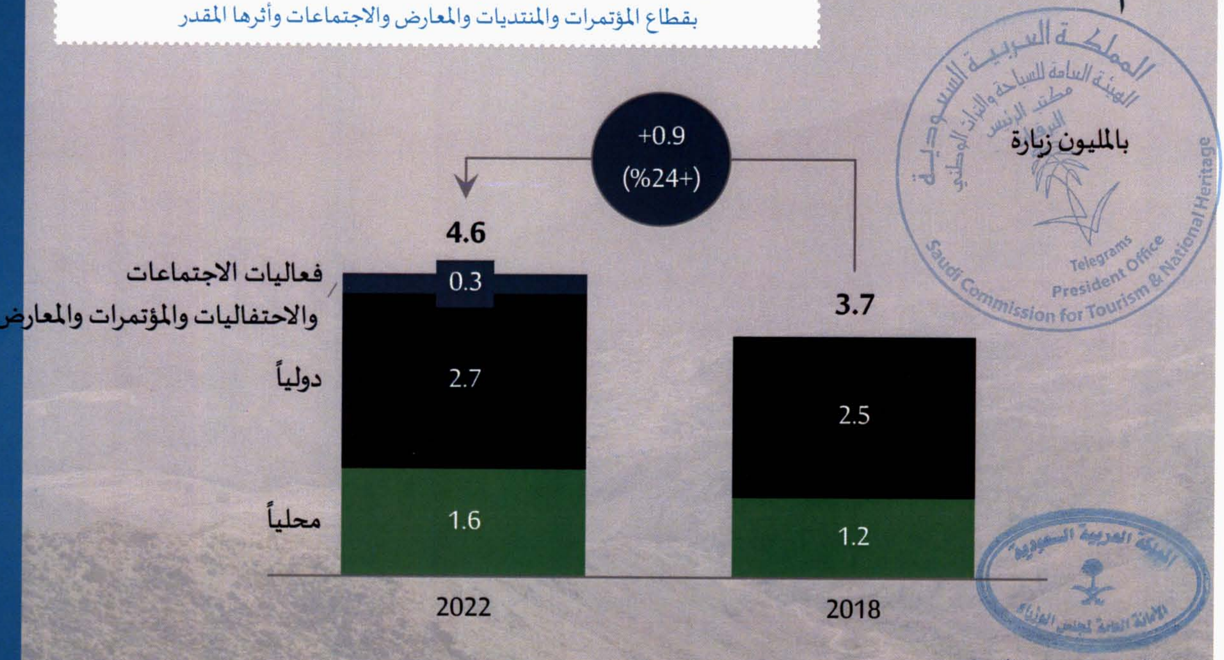
في عام 2018، شكلت زيارات الأقارب والأصدقاء دولياً 2.3 مليون زيارة من دول الخليج

بحلول عام 2022، باستطاعة المملكة تحقيق 5.6 مليون زيارة مع3.3 مليون زيارة إضافية:

- أكثر من 3.1 مليون زيارة من الوافدين الزائرين للمملكة من غير دول الخليج:
  - أكثر 0.2 مليون زيارة من الغربيين (140 ألف غربي يدعون حوالي 1.2 شخصاً إلى المملكة العربية السعودية سنوياً - مقارنة مع دبي)
  - أكثر 2.9 مليون زيارة من غير الغربيين (20% من 13.5 مليون وافد يدعون شخصاً واحداً سنوياً - مقارنة مع دبي)
- أكثر من 0.2 مليون زيارة من دول الخليج والسعوديين الذين يعيشون في الخارج يزورون الأصدقاء والأقارب (بناء على النمو السكاني المتوقع بنسبة 2% من معدل النمو السنوي المركب)

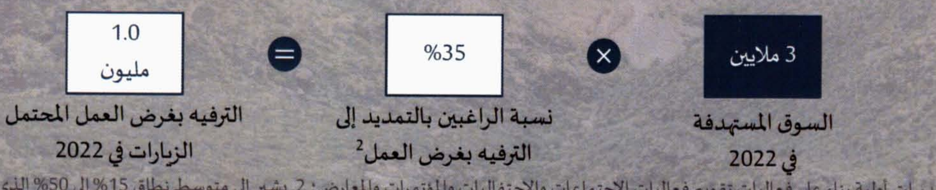
ستستضيف المملكة ما يصل إلى 4.3 مليون من زيارات الاجتماعات والاحتفاليات والمؤتمرات والمعارض بحلول عام 2022

أولية - تقديرات 2022 من البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات ولا المبادرات الخاصة بالتنبؤ بقطاع المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات وأثرها المقدر



الترفيه بغرض العمل:

يمكن أن تعزز زيارات الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض الترفيه بغرض العمل، ولا تحسب الإقامات الممددة كزيارات إضافية إلى المملكة لكنها تؤثر على إجمالي الإنفاق والنفقات الرأسمالية



السوق المستهدفة في 2022 | نسبة الراغبين بالتمديد إلى الترفيه بغرض العمل[2] | الترفيه بغرض العمل المحتمل الزيارات في 2022

1. تقديرات أولية بناء على فعاليات تقويم فعاليات الاجتماعات والاحتفاليات والمؤتمرات والمعارض؛ 2. يشير إلى متوسط نطاق 15% إلى 50% الذي قدمه الخبراء (سيرا، أميزنغ تورز)؛ المصادر: صندوق النقد الدولي، ومركز المعلومات والأبحاث السياحية: ويورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق



الاجتماعات والاحتفاليات والمؤتمرات والمعارض المحلية والدولية

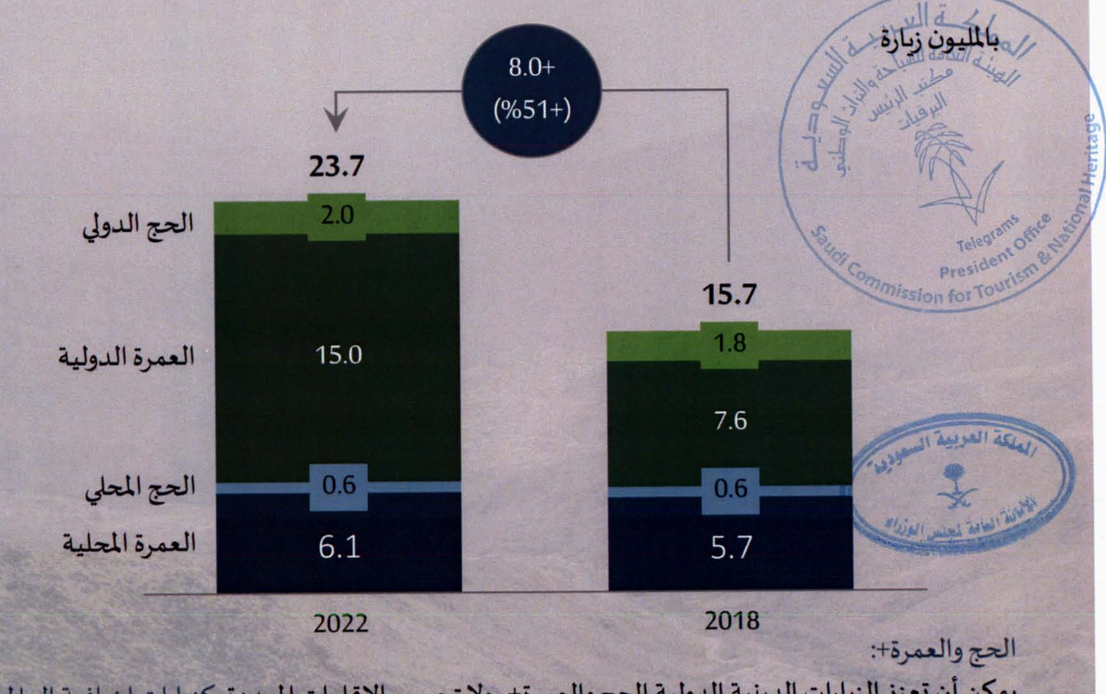
في عام 2018، شكلت الاجتماعات والاحتفاليات والمؤتمرات والمعارض المحلية والدولية 3.7 مليون زيارة

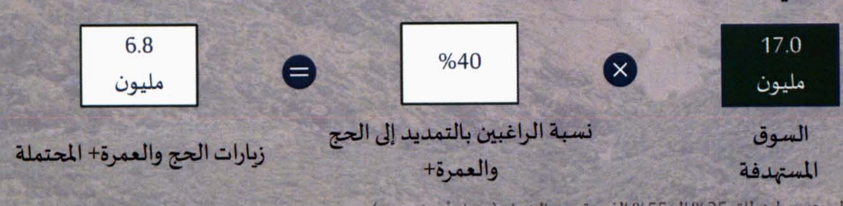
بحلول عام 2022، باستطاعة المملكة تحقيق 4.6 مليون زيارة مع 0.9 مليون زيارة إضافية:

- أكثر من 0.5 مليون زيارة في الاجتماعات والاحتفاليات والمؤتمرات والمعارض الدولية منها:
  - أكثر من 0.2 مليون زيارة متوقعة بناء على نمو الناتج المحلي الإجمالي المتوقع بنسبة 2% من معدل النمو السنوي المركب
  - *أكثر من 0.3 مليون زيارة متوقعة من جدول فعاليات الاجتماعات والاحتفاليات والمؤتمرات والمعارض*[1]
- أكثر من 0.4 مليون زيارة متوقعة في الاجتماعات والاحتفاليات والمؤتمرات والمعارض المحلية بناء على معدل النمو السنوي المركب بنسبة 8%:

لن تتأثر زيارة الاجتماعات والاحتفاليات والمؤتمرات والمعارض سواء بإطلاق التأشيرة أو الاستراتيجية الوطنية للسياحة

من المتوقع أن تستضيف المملكة 23.7 مليون زيارة دينية بحلول عام 2022





الحج والعمرة+:

يمكن أن تعزز الزيارات الدينية الدولية الحج والعمرة+، ولا تحسب الإقامات المددة كزيارات إضافية إلى المملكة لكنها تؤثر على إجمالي الإنفاق والنفقات الرأسمالية

السوق المستهدفة	×	نسبة الراغبين بالتمديد إلى الحج والعمرة+	=	زيارات الحج والعمرة+ المحتملة
17.0 مليون		%40		6.8 مليون

1. يشير إلى متوسط نطاق 25% إلى 55% الذي قدمه الخبراء (سيرا، أميزنغ تورز)

المصادر: وزارة الحج والعمرة؛ والمكالمات مع الخبراء؛ وتحليلات الفريق

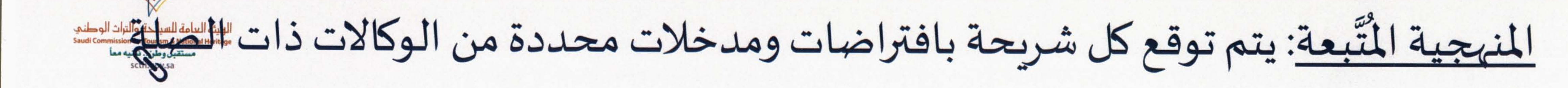


الزيارات الدينية المحلية والدولية

في عام 2018، شكلت الزيارات الدينية 15.7 مليون زيارة

بحلول عام 2022، باستطاعة المملكة تحقيق 23.7 مليون زيارة مع 8.0 مليون زيارة إضافية:

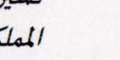
- أكثر من 0.2 مليون زيارة للحج الدولي، بحسب مستهدف وزارة الحج والعمرة
- أكثر من 7.4 مليون زيارة للعمرة الدولية، بحسب مستهدف وزارة الحج والعمرة
- أكثر من 0.4 مليون زيارة للحج والعمرة المحلية، بحسب مستهدف وزارة الحج والعمرة



المنهجية المُتَّبعة: يتم توقع كل شريحة بافتراضات ومدخلات محددة من الوكالات ذات الصلة

الشريحة	2018	2019	2020	2021	2022	المنهجية المُتَّبعة
الترفيه الدولي	1	1	2	3	4	بناء على التوقعات المحددة بالشريحة للسوق المستهدف وجودة العروض المتاحة في المملكة
زيارة الأقارب والأصدقاء دولياً	2	2	3	5	6	بناء على التوقعات المحددة بالشريحة المتعلقة بحجم المجموعة الديمغرافية لسكان المملكة
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات الدولية	2	2	3	3	3	بناء على معدل النمو السنوي المركب للناتج المحلي الإجمالي بنسبة 2%
الزيارات الدينية الدولية	9	10	11	14	17	بناء على مستهدف 2022 لدى وزارة الحج والعمرة
الترفيه المحلي	15	18	19	19	20	بناء على التوقعات المحددة بالشريحة المرتبطة بمختلف العروض المتاحة والتسرب المحتفظ به (مثل، المواسم)
زيارة الأقارب والأصدقاء محلياً	4	4	4	4	4	بناء على معدل النمو السنوي المركب للسكان بنسبة 2%
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات المحلية	1	1	1	2	2	بناء على نسبة 8% لمعدل النمو السنوي المركب التاريخي للاجتماعات والاحتفاليات والمؤتمرات والمعارض المحلية والتقديرات المحددة بالشريحة
الزيارات الدينية المحلية	6	6	6	7	7	بناء على مستهدف 2022 لدى وزارة الحج والعمرة

المنهجية: خصم الزيارات السنوية بناء على المواقع الجاهزة في المملكة والوقت اللازم للتسويق

	2020	2021	2022
 **نسبة المواقع الجاهزة[1]** *تشير إلى نسبة المواقع الجاهزة مقابل 37 موقعاً سيكون جاهزاً في 2022*	%50 	%85	%100
 **مستوى الوعي بالوجهات السياحية في المملكة** *تشير إلى نسبة السوق المتوقعة أن تصبح مدركة لعروض المملكة*	%50	%80	%100
السوق القابلة للتحقيق (مليون زيارة)	نحو %25	نحو %67	%100

1. محتسبة بناء على 37 موقعاً جاهزاً في 2022
2. يشير خصم الوعي إلى نسبة السوق المتوقعة أن تصبح مدركة للعروض وتخطط لقضاء العطل في المملكة العربية السعودية؛ بافتراض أن ما نسبته 100% من زوار عام 2022 سيمتلكون وقتاً كافياً للتخطيط والتعرف على المملكة كوجهة سياحية ترفيهية

المصادر: مركز المعلومات والأبحاث السياحية؛ ويورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق







سيتم تحقيق قرابة الـ 25% من طموح 2030 في مرحلة "اكتشف السعودية"

ملاحظة: International numbers include both commercial and unpaid accommodation, domestic include only commercial, paid accommodation; Religious indicates number of Visitors

المصادر: وزارة الحج والعمرة؛ والمجلس الدولي للسياحة والسفر؛ والهيئة العامة للإحصاء؛ ويوروومونيتور؛ ومنظمة السياحة العالمية، وتحليلات الفريق



الزيارات: الاستراتيجية حتى 2030 لدفع نمو الطلب على الترفيه

الأعداد بملايين الزيارات

الغرض من الزيارة[1]	محلية 2018	محلية 2022	محلية 2030	الزيادة	دولية 2018	دولية 2022	دولية 2030	الزيادة	الإجمالي 2018	الإجمالي 2022	الإجمالي 2030	الزيادة
الترفيه	14.8	20.1	30.0	+9.9	0.9	3.9	25.0	+21.1	15.7	24.0	60.0	+36.0
زيارة الأقارب والأصدقاء / المؤتمرات والمنتديات	3.9	4.1	5.0	+0.9	2.3	5.6	7.0	+1.4	6.2	9.7	12.0	+2.3
والمعارض والاجتماعات	1.2	1.6	3.0	+1.4	2.4	3.0	8.0	+5.0	3.6	4.6	11.0	+6.4
الزيارات الدينية	6.3	6.7	7.0	+0.3	9.4	17.0	30.0	+13.0	15.7	23.7	37.0	+13.3

1. تشمل أرقام الرحلات الدولية والمحلية والخارجية حسب مركز المعلومات والأبحاث السياحية رحلات المبيت فقط؛ ويشمل الترفيه التسوق والرياضة؛ الأرقام لا تشمل غير ذلك (التعليم والتدريب، والرعاية الصحية والطبية)

ملاحظة: تتضمن الزيارات المحلية الزيارات التجارية فقط؛ عبر المنطقة فقط (تُعرف بأنها رحلات مبيت خارج منطقة الإقامة - تقع على بُعد أكثر من 80 كم من مكان الإقامة، مع اعتبار مسافة 80 كم حدوداً للبيئة المعتادة وفقاً لمعايير منظمة السياحة العالمية في المملكة العربية السعودية) ملاحظة 2: زيارات الحج والعمرة+ و الترفيه بغرض العمل غير مشمولة؛ تشير الزيارات الدينية إلى عدد الزوار الذين قد يدرجون زيارات الرحلات النهارية

المصدر: تحليلات فريق الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني



الزيارات: سيصل إجمالي الطلب إلى 120 مليون بحلول العام 2030

الأعداد بملايين الزيارات

	محلية 2018	محلية 2022	محلية 2030	دولية 2018	دولية 2022	دولية 2030	الإجمالي 2018	الإجمالي 2022	الإجمالي 2030
الإجمالي	26.2	32.6	45.0	15.0	29.4	75.0	41.2	62.0	120.0

معدل النمو السنوي المركب	محلية	دولية	الإجمالي
2018–2022	%5.6+	%18.3+	%10.8+
2022–2030	%4.1+	%12.4+	%8.5+
الزيادة 2022–2030	+12.4	+45.6	+58.0

1. تشمل أرقام الرحلات الدولية والمحلية والخارجية حسب مركز المعلومات والأبحاث السياحية رحلات المبيت فقط؛ ويشمل الترفيه التسوق والرياضة؛ الأرقام لا تشمل غير ذلك (التعليم والتدريب، والرعاية الصحية والطبية)

ملاحظة: تتضمن الزيارات المحلية الزيارات التجارية فقط؛ عبر المنطقة فقط (تُعرف بأنها رحلات مبيت خارج منطقة الإقامة - تقع على بُعد أكثر من 80 كم من مكان الإقامة، مع اعتبار مسافة 80 كم حدوداً للبيئة المعتادة وفقاً لمعايير منظمة السياحة العالمية في المملكة العربية السعودية) ملاحظة 2: زيارات الحج والعمرة+ و الترفيه بغرض العمل غير مشمولة؛ تشير الزيارات الدينية إلى عدد الزوّار الذين قد يدرجون زيارات الرحلات النهارية

المصدر: تحليلات فريق الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني


تمت وضع نماذج لسد فجوات العرض لاستقطاب 21 مليون زيارة إضافية بحلول عام 2022 عبر الأجزاء الرئيسية من سلسلة القيمة السياحية
تم تحليلها بصورة مفصلة بالنظر إلى المتطلبات المرتفعة من النفقات الرأسمالية والوقت الطويل اللازم للتطوير
انخفاض متطلبات النفقات الرأسمالية والوقت اللازم للتنفيذ
ترابط رحلات الطيران
الطاقة الاستيعابية للمطار
الطاقة الاستيعابية لمقرات الإقامة
التنقل المحلي1
غير ذلك Services2
1. تتضمن سيارات الأجرة، والنقل العام 2. تتضمن المطاعم، ومتاجر التجزئة، وغيرها

<u>فجوات الإمداد</u>: ثمة حاجة إلى أكثر من 258 مليار من النفقات الرأسمالية لاستضافة 67 مليون زيارة (أكثر من 21 مليون مقابل 2018) بحلول 2022

	ضمن نطاق العمل			خارج نطاق العمل	
	الربط بين الرحلات	الطاقة الاستيعابية للمطار	الطاقة الاستيعابية لمقرات الإقامة	التنقل المحلي	الخدمات الأخرى
فجوات الإمداد مقابل 2018	أكثر من 1,750 طرق ربط جوي أسبوعياً[1]	أكثر من 36 مليون مسافر[3]	أكثر من 161 ألف غرفة فندقية		
متوسط النفقات الرأسمالية	غير متوفر[2]	غير متوفر[4]	1.6 مليون ريال سعودي/ للغرفة الفندقية		
إجمالي النفقات الرأسمالية	غير متوفر	غير متوفر[4]	258 مليار ريال سعودي		

إجمالي النفقات الرأسمالية المستخدمة في بقية العرض التقديمي

1. لن تتم تغطية طرق الربط الجوي من قبل شركات النقل المحلية فقط، 2. يعد الاستئجار خياراً متاحاً لتمويل طرق الربط الجوي، 3. المسافرون الزائدون عن الطاقة الاستيعابية القصوى للمطار في عام 2022، 4. سيتم إدراج ذلك في النفقات الرأسمالية المخطط لها للمملكة بالفعل في 2022؛ المصدر: تحليلات الفريق، واستطلاع تكاليف تطوير الفنادق من شركة أتش في أس لعام 2018، ومعلومات السوق من مركز الطيران حول قطاع الطيران والسفر

تم تحديد الفجوات الرئيسية للوصول إلى مستهدفات عام 2022

أكثر من 39 مليون
مقعد طائرة سنوي

%143
هي نسبة إشغال أكبر 3 مطارات[1]

أكثر من 166 ألف
الغرف الفندقية

+B280
SAR
المجلس الوطني لتطوير السياحة

1. من حيث عدد المسافرين في عام 2022 - مطارات جدّة (إشغال بنسبة 158%)، والرياض (إشغال بنسبة 132%)، والمدينة المنوّرة (إشغال بنسبة 107%) 2. بما يشمل النفقات الرأسمالية فقط للإقامة (بناء الغرف الفندقية)، والمبادرات، وتحسين 38 موقعاً جاهزاً بحلول عام 2022

سيساهم القطاع الخاص بتقديم قرابة الـ 75% من إجمالي العرض للغرف الفندقية حتى عام 2022

عدد الغرف التي سيتم بناؤها حتى عام 2022 (بالألف) مقسوماً على القطاعين الحكومي والخاص

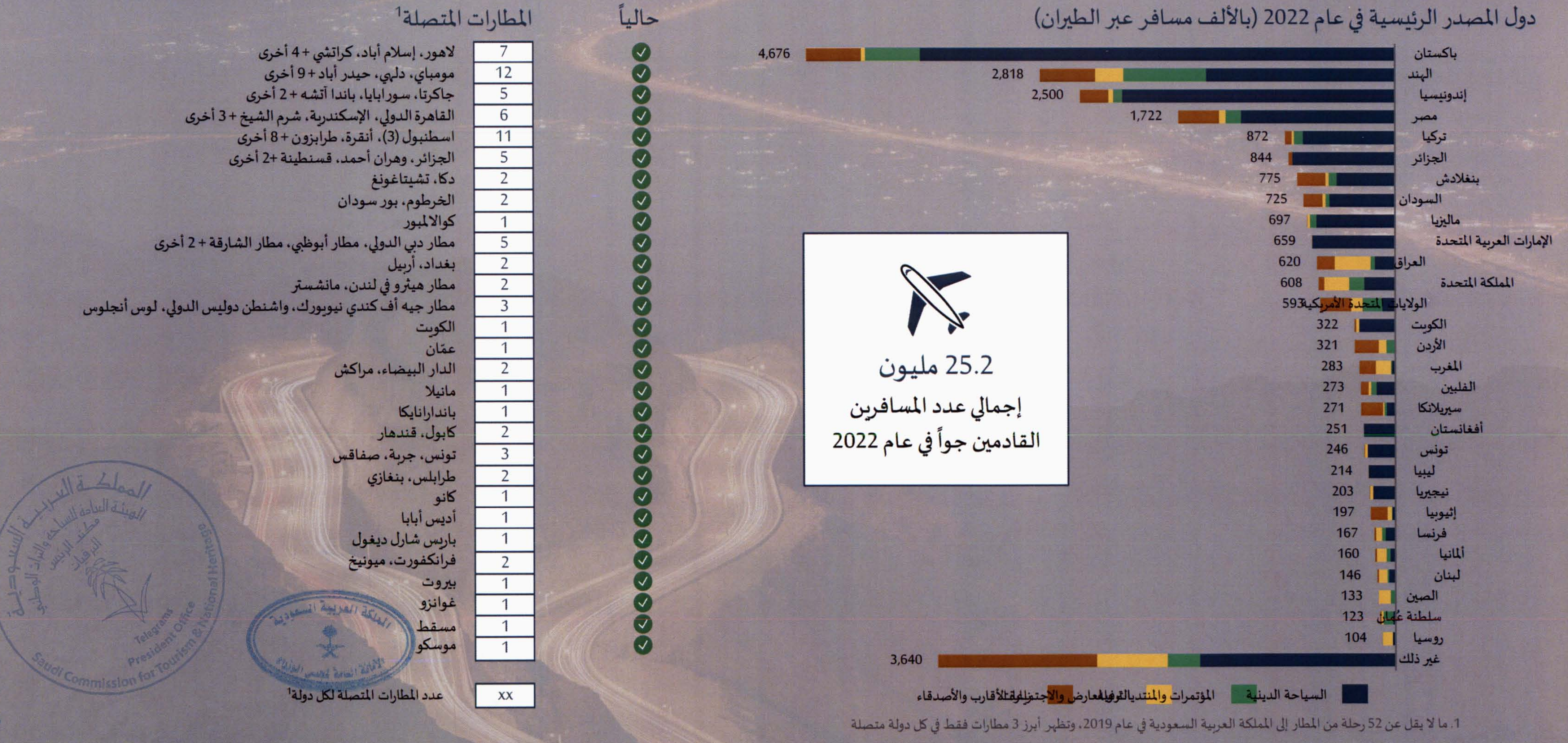
خاص ■ حكومي ■

مسار المبادرات المتوقعة	الرياض	جدة	حائل	المنطقة الشرقية	الباحة	ينبع	العلا	غير ذلك	مكة المكرّمة، المدينة المنورة	المشاريع العملاقة	الإجمالي
59	4	17	6	27	8	14	7	19	0	5	166

الإجمالي: 73% (121) خاص؛ 27% (45) حكومي

	الرياض	جدة	حائل	المنطقة الشرقية	الباحة	ينبع	العلا	غير ذلك	مكة المكرّمة، المدينة المنورة	المشاريع العملاقة	الإجمالي
الغرف الحالية (بالألف)	0	55	54	8	31	3	5	0	59	376	0	590
الغرف الجديدة (بالألف)	59	4	17	6	27	8	14	7	19	0	5	166
نسبة الزيادة	%100	%8	%32	%71	%88	%248	%302	%3659	%32	%0	%100	%26
نسبة الخاص	%90	%90	%85	%80	%70	%30	%20	%10	%90	غير مُحدَّد	%20	%73
نسبة الحكومي	%10	%10	%15	%20	%30	%70	%80	%90	%10	غير مُحدَّد	%80	%27

قمنا بوضع نماذج احتياجات الارتباط لمختلف دول المصدر وكافة أغراض السفر



المطارات المتصلة[1]		متصلة حالياً
لاهور، إسلام أباد، كراتشي + 4 أخرى	7	✓
مومباي، دلهي، حيدر أباد + 9 أخرى	12	✓
جاكرتا، سورابايا، باندا آتشه + 2 أخرى	5	✓
القاهرة الدولي، الإسكندرية، شرم الشيخ + 3 أخرى	6	✓
اسطنبول (3)، أنقرة، طرابزون + 8 أخرى	11	✓
الجزائر، وهران أحمد، قسنطينة +2 أخرى	5	✓
دكا، تشيتاغونغ	2	✓
الخرطوم، بور سودان	2	✓
كوالالمبور	1	✓
مطار دبي الدولي، مطار أبوظبي، مطار الشارقة + 2 أخرى	5	✓
بغداد، أربيل	2	✓
مطار هيثرو في لندن، مانشستر	2	✓
مطار جيه أف كندي نيويورك، واشنطن دوليس الدولي، لوس أنجلوس	3	✓
الكويت	1	✓
عمّان	1	✓
الدار البيضاء، مراكش	2	✓
مانيلا	1	✓
باندارانايكا	1	✓
كابول، قندهار	2	✓
تونس، جربة، صفاقس	3	✓
طرابلس، بنغازي	2	✓
كانو	1	✓
أديس أبابا	1	✓
باريس شارل ديغول	1	✓
فرانكفورت، ميونيخ	2	✓
بيروت	1	✓
غوانزو	1	✓
مسقط	1	✓
موسكو	1	✓
عدد المطارات المتصلة لكل دولة[1]	xx	

1. ما لا يقل عن 52 رحلة من المطار إلى المملكة العربية السعودية في عام 2019، وتظهر أبرز 3 مطارات فقط في كل دولة متصلة



الربط الجوي الدولي: ثمة حاجة إلى نحو 160 رحلة طيران أسبوعية إضافية لتلبية الطلب على الترفيه وزيارة الأقارب والأصدقاء لـ 49 دولة تتطلب التأشيرة

ألف مسافر

دولة المصدر	الترفيه	زيارة الأقارب والأصدقاء	الإجمالي	رحلات الطيران المطلوبة إلى المملكة العربية السعودية	عامل الحمولة
الولايات المتحدة الأمريكية	95	243	338	33	%79
المملكة المتحدة	210	45	255	25	%78
الصين	98		98	10	%75
ألمانيا	80	12	92	9	%79
روسيا	85	1	86	9	%73
فرنسا	48	12	60	6	%77
أستراليا	53	5	58	6	%74
إيطاليا	34	10	44	5	%68
كندا	28	12	40	4	%77
اليابان	23		23	3	%60
ماليزيا	22	1	23	3	%59
إسبانيا	17	5	23	3	%58
سويسرا	17	1	18	2	%68
كوريا الجنوبية	17		17	2	%64
النمسا	16	1	17	2	%64
السويد	15	1	16	2	%62
بلجيكا	15		15	2	%56
بولندا	14	0	14	2	%55
نيوزيلندا	9	0	10	1	%74
الدنمارك	8		8	1	%64
النرويج	7		7	1	%57
رومانيا	6	0	6	1	%49
اليونان	5	1	6	1	%47
فنلندا	5		5	1	%42
أوكرانيا	5	0	5	1	%42
هولندا	2	3	5	1	%39
جمهورية التشيك	5	0	5	1	%38

دولة المصدر	الترفيه	زيارة الأقارب والأصدقاء	الإجمالي	رحلات الطيران المطلوبة إلى المملكة العربية السعودية	عامل الحمولة
سنغافورة	4	0	4	1	%34
هنغاريا	4	0	4	1	%31
إيرلندا	3	1	4	1	%31
بلغاريا	3	0	3	1	%20
سلوفاكيا	2	0	2	1	%19
كازاخستان	2	0	2	1	%19
البرتغال	2		2	1	%18
قبرص	2	0	2	1	%13
كرواتيا	2		2	1	%12
هونغ كونغ، الصين	1		1	1	%6
سلوفينيا	1		1	1	%6
مالطا	1		1	1	%4
آيسلندا	0		0	1	%3
ليتوانيا	0	0	0	1	%3
لكسمبورغ	0		0	1	%3
لاتفيا	0	0	0	1	%3
إستونيا	0	0	0	1	%3
بروناي	0	0	0	1	%2
الجبل الأسود	0		0	1	%1
ليختنشتاين	0		0	1	%0
ماكاو	0		0	1	%0
موناكو	0		0	1	%0
أندورا					
الإجمالي					%64

يجب مراعاة طرق الربط الجوي بشكل أساسي في الدول التي تصل فيها احتمالية معامل الحمل أكثر من 20%

ملاحظة: بافتراض متوسط 250 مقعداً لكل رحلة؛ لا يشمل سان مارينو؛ قد يتضمن الترفيه وزيارة الأقارب والأصدقاء المسافرين الحاليين



الارتباط الدولي:تتطلب جميع دول المصدر الرئيسية سبل ارتباط محسنة بنحو 1100 رحلة أسبوعياً

هنالك حاجة إلى سعة طيران واردة إضافية من أفضل دول المصدر

تمثل الطائف مطاراً مساعداً لمدينة جدة، ولكن نسبة القدرة الاستيعابية تزيد حالياً عن 212%

الدولة	جدة	الرياض	الطائف	المدينة المنوّرة	الدمام	الإجمالي
باكستان	117	23	0	28	1	169
الهند	76	39	0	13	2	130
مصر	66	24	0	13	2	105
إندونيسيا	49	9	0	12	1	71
السودان	30	11	0	6	1	48
تركيا	29	5	0	7	1	42
الإمارات العربية المتحدة	19	19	0	2	1	41
العراق	29	2	0	8	1	40
المملكة المتحدة	17	14	0	3	1	35
الجزائر	22	2	0	6	1	31
بنغلادش	18	9	0	3	1	31
ماليزيا	17	3	0	5	1	26
الأردن	12	6	0	3	1	22
الولايات المتحدة الأمريكية	9	9	0	1	1	20
الفلبين	8	9	0	1	1	19
سيريلانكا	9	8	0	1	1	19
إثيوبيا	8	9	0	1	1	19
لبنان	7	7	0	1	1	16
المغرب	9	2	0	3	1	15
تونس	9	2	0	2	1	14
ليبيا	9	1	0	3	1	14
ألمانيا	6	6	0	1	1	14
روسيا	5	6	0	1	1	13
الكويت	5	5	0	1	0	11
أفغانستان	7	1	0	2	1	11
نيجيريا	6	2	0	2	1	11
الصين	4	5	0	1	1	11
فرنسا	5	3	0	1	1	10
سلطنة عُمان	2	2	0	1	1	6
غير ذلك	33	30	0	18	17	98
الإجمالي	**642**	**273**	**0**	**150**	**47**	**1,112**



الربط الجوي الدولي:تتطلب جميع دول المصدر الرئيسية ربطاً محسناً بنحو 1100 رحلة أسبوعياً

هنالك حاجة إلى رحلات ومقاعد طيران واردة إضافية من دول المصدر الرئيسية

تمثل الطائف مطاراً مساعداً لمدينة جدة، ولكن نسبة القدرة الاستيعابية تزيد حالياً عن 212%

الدولة	جدة		الرياض		الطائف		المدينة المنورة		الدمام		الإجمالي	
	مقاعد الطائرات السنوية (ألف)	رحلات الطيران لكل أسبوع	مقاعد الطائرات السنوية (ألف)	رحلات الطيران لكل أسبوع	مقاعد الطائرات السنوية (ألف)	رحلات الطيران لكل أسبوع	مقاعد الطائرات السنوية (ألف)	رحلات الطيران لكل أسبوع	مقاعد الطائرات السنوية (ألف)	رحلات الطيران لكل أسبوع	مقاعد الطائرات السنوية (ألف)	رحلات الطيران لكل أسبوع
باكستان	1,767	117	341	23	0	0	421	28	13	1	2,541	169
الهند	997	76	512	39	0	0	171	13	25	2	1,704	130
مصر	705	66	256	24	0	0	138	13	13	2	1,111	105
إندونيسيا	999	49	174	9	0	0	241	12	6	1	1,421	71
السودان	302	30	111	11	0	0	59	6	6	1	477	48
تركيا	329	29	54	5	0	0	81	7	2	1	466	42
الإمارات العربية المتحدة	211	19	209	19	0	0	20	2	9	1	448	41
العراق	273	29	18	2	0	0	73	8	0	1	364	40
المملكة المتحدة	235	17	192	14	0	0	29	3	10	1	465	35
الجزائر	340	22	24	2	0	0	90	6	0	1	454	31
بنغلادش	336	18	171	9	0	0	53	3	9	1	570	31
ماليزيا	272	17	37	3	0	0	69	5	1	1	379	26
الأردن	90	12	40	6	0	0	17	3	2	1	148	22
الولايات المتحدة الأمريكية	133	9	124	9	0	0	12	1	6	1	276	20
الفلبين	145	8	165	9	0	0	2	1	9	1	321	19
سيريلانكا	135	9	117	8	0	0	9	1	7	1	267	19
إثيوبيا	105	8	106	9	0	0	4	1	6	1	222	19
لبنان	59	7	55	7	0	0	6	1	3	1	123	16
المغرب	131	9	25	2	0	0	32	3	1	1	189	15
تونس	103	9	23	2	0	0	25	2	1	1	151	14
ليبيا	89	9	7	1	0	0	24	3	0	1	119	14
ألمانيا	64	6	67	6	0	0	5	1	4	1	140	14
روسيا	52	5	61	6	0	0	3	1	3	1	119	13
الكويت	41	5	43	5	0	0	4	1	0	0	88	11
أفغانستان	104	7	7	1	0	0	28	2	0	1	138	11
نيجيريا	86	6	22	2	0	0	20	2	1	1	129	11
الصين	51	4	72	5	0	0	1	1	4	1	127	11
فرنسا	64	5	46	3	0	0	9	1	2	1	121	10
سلطنة عُمان	19	2	20	2	0	0	2	1	1	1	42	6
غير ذلك	429	33	333	30	0	0	56	18	16	17	834	98
الإجمالي	8,665	642	3,430	273	0	0	1,701	150	161	47	13,957	1,112


الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معا
scth.gov.sa
تمهيدية
2 الصين
بكين العاصمة (PEK)
شنغهاي بودونغ (PVG)
133 ألفاً
6
9 كندا
تورنتو بيرسون (YYZ)
فانكوفر الدولي (YVR)
80 ألفاً
4
6 أستراليا
سيدني (SYD)
ملبورن (MEL)
37 ألفاً
3
زيارات 2022[1]
رحلات الطيران/ لكل أسبوع[2]
5 كوريا الجنوبية
إنشيون الدولي (ICN)
32 ألفاً
2
21 المكسيك
مكسيكو سيتي (MEX)
10 آلاف
1
11 اليابان
ناريتا الدولي (NRT)
أوساكا الدولي (ITM)
35 ألفاً
2
زيارات 2022[1]
رحلات الطيران/ لكل أسبوع[2]
x تشير إلى تصنيف 2030 لإجمالي الإنفاق على سياحة الترفيه الخارجية حسب دولة المصدر
1. لا تشمل زيارات الإمارات العربية المتحدة+ والشرق الأوسط+ 2. بافتراض طاقة استيعابية قدرها 13 ألف مقعد لكل رحلة طيران بالسنة (250 مقعداً * 52 أسبوعاً) و50% من الزيارات التي تستحوذ عليها رحلات الطيران غير المباشرة (الطريق المباشر الحالي للصين)
المصدر: يورومونيتور، ومنظمة السياحة العالمية، والمجلس الدولي للسياحة والسفر، وتحليلات الفريق



الربط الجوي المحلي:تحتاج الطرق المحلية إلى نحو 650 رحلة إضافية أسبوعياً لتلبية الطلب المحلي والمحطة الثانية في الرحلة

الطاقة الاستيعابية لرحلات الطيران المحلية الإضافية باتجاه واحد أسبوعياً

رحلات الطيران ذات المحطة الثانية من قبل الزوّار الدوليين (مثل، ثمة حاجة إلى 108 رحلات إضافية أسبوعياً من الرياض إلى الدمام)

	من/إلى	مطار جدّة - جدّة	مطار الرياض - الرياض	مطار الدمام - الدمام	مطار الجوف - الجوف	مطار الطائف - الطائف	مطار العلا - العلا	مطار الباحة - الباحة	مطار الهفوف - الهفوف	مطار المدينة المنورة - المدينة المنورة	مطار ينبع - ينبع البحر	مطار تبوك - تبوك[3]	مطار حائل - حائل	غير ذلك[4]	الإجمالي
المحطة الثانية[1]	مطار الرياض - الرياض	0	0	108	20	59	0	10	0	9	0	20	0	102	328
	مطار جدّة - جدّة	0	0	87	13	0	0	7	0	7	0	14	0	68	196
الزيارات المحلية[2]	مطار جدّة - جدّة	0	11	3	3	1	3	3	21	1	7	2	1	9	65
	مطار الرياض - الرياض		0	2	5	1	4	3	0	2	4	2	1	7	31
	مطار الدمام - الدمام			0	0	0	1	1	0	0	2	1	0	1	6
	مطار الجوف - الجوف				0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3
	مطار الطائف - الطائف					0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	مطار العلا - العلا						0	0	0	0	0	0	1	1	2
	مطار الباحة - الباحة							0	0	0	0	0	0	2	2
	مطار الهفوف - الهفوف								0	0	0	0	0	1	1
	مطار المدينة المنورة - المدينة المنورة									0	0	1	0	1	2
	مطار ينبع - ينبع البحر										0	0	0	1	1
	مطار تبوك - تبوك											0	1	2	3
	مطار حائل - حائل												0	1	1
	غير ذلك													1	1
	الإجمالي	0	11	200	41	61	8	24	21	19	13	40	5	200	643

تم تجميع الطلب من كلا الاتجاهين أعلاه

1. رحلات الطيران ذات المحطة الثانية التي قام بها الزوّار الدوليون الذين وصلوا إلى مطار الرياض أو جدّة بالأصل باستخدام الرحلات المحلية للوصول إلى الوجهة المستهدفة 2. رحلات الطيران التي قام بها الزوّار المحليون من وجهات المملكة
3. يعمل مطار تبوك حالياً بكامل طاقته الاستيعابية، لذا يمكن إضافة عدد محدود من رحلات الطيران فقط. 4. يتضمن مطارات المشاريع العملاقة مثل نيوم والبحر الأحمر

المصدر: قاعدة بيانات حركة الطيران لدى شركة أو إيه جي؛ وتحليلات الفريق



الربط الجوي المحلي: تحتاج الطرق المحلية إلى طاقة استيعابية سنوية قدرها 5.3 مليون مقعد سنوياً لتلبية الطلب

ألف إضافي من الطاقة الاستيعابية للمسافرين سنوياً لرحلات الاتجاه الواحد

رحلات الطيران ذات المحطة الثانية من قبل الزوّار الدوليين (مثل، ثمة حاجة إلى مليون مقعد إضافي سنوياً من الرياض إلى الدمام)

تم تجميع الطلب من كلا الاتجاهين أعلاه

	من/إلى	مطار جدّة - جدّة	مطار الرياض - الرياض	مطار الدمام - الدمام	مطار الجوف - الجوف	مطار الطائف - الطائف	مطار العلا - العلا	مطار الباحة - الباحة	مطار الهفوف - الهفوف	مطار المدينة المنورة - المدينة المنورة	مطار ينبع - ينبع البحر	مطار تبوك - تبوك[3]	مطار حائل - حائل	غير ذلك[4]	الإجمالي
المحطة الثانية[1]	مطار الرياض - الرياض	0	0	957	172	517	0	85	0	75	0	175	0	901	2,882
	مطار جدّة - جدّة	0	0	766	115	0	0	57	0	60	0	117	0	601	1,714
الزيارات المحلية[2]	مطار جدّة - جدّة	0	82	18	13	1	15	11	176	8	51	11	3	72	461
	مطار الرياض - الرياض		0	15	33	5	23	16	0	9	28	7	4	54	195
	مطار الدمام - الدمام			0	0	0	0	4	0	0	17	0	0	6	28
	مطار الجوف - الجوف				0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3
	مطار الطائف - الطائف					0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	مطار العلا - العلا						0	0	0	0	0	0	8	0	8
	مطار الباحة - الباحة							0	0	0	0	0	0	1	1
	مطار الهفوف - الهفوف								0	0	0	0	0	0	0
	مطار المدينة المنورة - المدينة المنورة									0	0	0	0	2	2
	مطار ينبع - ينبع البحر										0	0	0	0	0
	مطار تبوك - تبوك											0	0	2	2
	مطار حائل - حائل												0	2	2
	غير ذلك													9	9
	الإجمالي	0	82	1,755	332	523	38	173	176	153	96	310	19	1,650	5,308

1. رحلات الطيران ذات المحطة الثانية التي قام بها الزوار الدوليون الذين وصلوا إلى مطار الرياض أو جدّة بالأصل باستخدام الرحلات المحلية للوصول إلى الوجهة المستهدفة 2. رحلات الطيران التي قام بها الزوار المحليون من وجهات المملكة
3. يعمل مطار تبوك حالياً بكامل طاقته الاستيعابية، لذا يمكن إضافة عدد محدود من رحلات الطيران فقط 4. يتضمن مطارات المشاريع العملاقة مثل نيوم والبحر الأحمر

المصدر: قاعدة بيانات حركة الطيران لدى شركة أو إيه جي؛ وتحليلات الفريق



المنهجية: يتبع تقسيم رحلات الزيارات المحلية والرحلات ذات المحطة الثانية مجموعة من المبادئ الرئيسية

رحلات الطيران للزيارات المحلية



مطارات القادمين

- توجه الزيارات أساساً إلى المطارات الداخلية في كل وجهة
- ينظر في المطارات الدولية في حال عدم وجود المطارات الداخلية في الوجهة أو إذا كانت تعمل بكامل طاقتها الاستيعابية[1]

مطارات المغادرين

- التقسيم حسب نسبة رحلات الطيران المحلية لعام 2019 لمطار القادمين

المحطة الثانية



- تشكل جدّة والرياض مطارات رئيسية للدخول إلى المملكة العربية السعودية، إلا إذا كان هنالك مطار دولي في وجهة الزيارة
- تستقبل الرياض 60% من القادمين الدوليين، وتستقبل جدّة 40% منهم (بالنظر إلى محدودية الطاقة الاستيعابية في جدة، يجب على الرياض توسيع طرق الربط الجوي)
- توجه رحلات الطيران ذات المحطة الثانية للوجهة إلى مطار داخلي أو دولي يشتمل على طاقة استيعابية احتياطية





1. تستخدم 100% من الطاقة الاستيعابية للمطار في عام 2022

المصدر: قاعدة بيانات رحلات الطيران لدى شركة أو إيه جي

الارتباط الجوي:
الإجراءات المستقبلية



تكثيف سعة الارتباط الدولية عبر إضافة حوالي 1100 رحلة أسبوعياً

إلى أهم 29 دولة (أكثر من 42% مقارنةً بعام 2018)



زيادة سعة الارتباط المحلية عن طريق إضافة نحو 650 رحلة أسبوعياً بين مطارات المملكة العربية السعودية

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa



إطلاق خطوط ربط مباشرة إلى كل من أستراليا وكندا والصين واليابان والمكسيك وكوريا الجنوبية، إذ أن هذه الدول تُمثّل السوق المصدر الرئيسي لتلبية طموحات عام 2030

الاستفادة من شركات النقل الوطنية، فضلاً عن شركات النقل الدولية الأخرى لزيادة الارتباط وشركات الطيران منخفضة التكلفة لتحسين القدرة على تحمل التكاليف

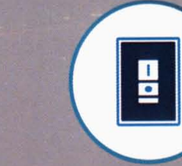
الطاقة الاستيعابية للمطار: ستمتلك جدة أكبر طاقة استيعابية إضافية في 2022

تم التحقق من بيانات المسافرين والطاقة الاستيعابية عند خط الأساس من خلال الهيئة العامة للطيران المدني









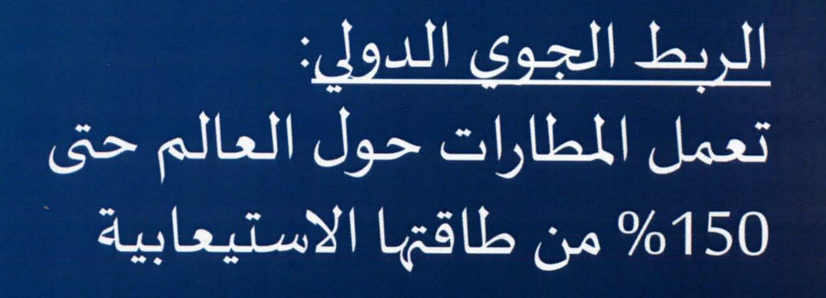


بالمليون مسافر	المسافرون الحاليون	المسافرون الإضافيون المتوقعون	المسافرون في 2022	الطاقة الاستيعابية في 2022	نسبة الاستخدام في 2022	فجوة الطاقة الاستيعابية (المسافرون)
مطار جدّة - جدّة	37.7	19.2	56.9	36.0	%158	20.9
مطار الرياض - الرياض	26.6	11.8	38.4	29.0	%132	9.4
مطار المدينة المنورة - المدينة المنورة	8.8	4.0	12.8	12.0	%107	0.8
مطار الدمام - الدمام	9.5	3.2	12.7	13.0	%97	0.0
مطار الطائف - الطائف	1.2	0.0	1.2	0.6	%214[1]	0.6
مطار تبوك - تبوك	1.7	0.5	2.2	3.3	%66	0.0
مطار حائل - حائل	1.3	0.0	1.3	0.5	%256[2]	0.8
مطار الجوف - الجوف	0.6	0.5	1.1	1.0	%113	0.1
مطار ينبع - ينبع البحر	0.8	0.2	0.9	0.9	%103	0.0
مطار الباحة - الباحة	0.5	0.3	0.7	1.0	%74	0.0
مطار الهفوف - الهفوف	0.1	0.3	0.4	2.0	%21	0.0
مطار العلا - العلا	0.0	0.1	0.1	0.1	%100	0.0
الإجمالي	88.6	40.1	128.7	99.4	%130	32.7

تصل الرحلات ذات المحطة الثانية لوجهة العلا إلى تبوك (تبعد 4 ساعات بالسيارة) بسبب محدودية الطاقة الاستيعابية لمطار العلا

1. سيستكمل التوسُّع إلى 6 مليون مسافر في 2024 2. سيستكمل التوسُّع إلى 4 مليون مسافر في 2023

المصدر: الهيئة العامة للطيران المدني، وتحليلات الفريق



الربط الجوي الدولي:
تعمل المطارات حول العالم حتى 150% من طاقتها الاستيعابية



المطار	الطاقة الاستيعابية الإضافية
مكسيكو سيتي (MEX)	%147
الشارقة	%142
مانيلا	%125
فرانكفورت	%123





جرى التحقق بالتعاون مع الهيئة العامة للطيران المدني

يُخطط لتوسيع مطار جدة ضمن 3 مراحل، ما يصل إلى طاقة استيعابية قدرها 86 مليون مسافر في عام 2030

مراحل توسّع الطاقة الاستيعابية لمطار جدة

1 — 2019: افتُتح مطار جديد بطاقة استيعابية قدرها **30 مليون** مسافر + **6 ملايين** مسافر لأداء فريضة الحج في عام 2019

2 — 2025: توسيع المطار ليصل إلى **56 مليون** مسافر في عام 2025[1]

3 — 2030: الوصول إلى الطاقة الاستيعابية الكاملة البالغة **86 مليون** مسافر في عام 2030[1]

2022: من المتوقّع أن يصل حجم الطلب إلى حوالي **55 مليون مسافر**

2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | 2029 | 2030

سيعمل مطار جدة بطاقة استيعابية قدرها 160% تقريباً في عام 2022، وهو ما يُمكن أن يحد من جودة الخدمات

1. المصدر: الموقع الإلكتروني الرسمي لمطار جدة. الموعد سيُحدّد لاحقاً وفقاً للهيئة العامة للطيران المدني، لكن سيُستكمل حتى عام 2030

الطاقة الاستيعابية للمطار: الإجراءات المستقبلية



تسريع خطط توسيع مطار مدينة جدّة ومطار الطائف الجديد



ضمان تنفيذ خطط التوسع من أجل زيادة الطاقة الاستيعابية لمطاري حائل والعلا المحليين



الإقامة: من المتوقع أن تنشأ فجوة إجمالية قدرها 102 ألف غرفة في عام 2022، وستكون الفجوة الأكبر في المنطقة الشرقية وجدة

ما يُبرز الطابع الموسمي لكل وُجهة

الوُجهات الترفيهية (استضافة المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات، وزيارة الأقارب والأصدقاء أيضاً) | الزيارات الدينية بشكل رئيسي

الطاقة الاستيعابية لمقرات الإقامة	جدة	المنطقة الشرقية	الرياض	ينبع	العلا	الباحة	حائل	مشروع نيوم	أمالا	البحر الأحمر	غير ذلك	مكة المكرّمة، المدينة المنورة[4]	الإجمالي
عدد الزيارات (بالمليون)	9	8	6	2	1	1	1	0.2	0.1	0.1	9	30	**66**
عدد الزيارات مدفوعة الأجر[3] (بالمليون)	8	6	6	2	1	1	1	0.2	0.1	0.1	8	30	**62**
حجم الطلب (بالألف غرفة)	81	64	66	18	8	12	14	1	أقل من 1	1	80	403	748
حجم العرض (بالألف غرفة)	64	36	61	5	1	4	8	1	أقل من 1	3	61	404	648
الفجوة (بالألف غرفة)	17-	27-	4-	14-	7-	8-	6-	0	0	0	19-	0	102-
الزيارات الناقصة (بالمليون)	2-	3-	0	1-	1-	1-	0	0	0	0	2-	0	10-

1. لا تُمثّل المدينة المنوّرة جزءاً من وُجهة الطائف، إذ لا يُمكن استيعاب غير المسلمين في المدينة 2. لا تُمثّل مكة المكرّمة جزءاً من وُجهة ينبع، إن لا يُمكن استيعاب غير المسلمين في المدينة

3. لا تُؤخذ بالحسبان سوى تأشيرة الإقامة التجارية/ الإقامة مدفوعة الأجر 4. زيادة الزيارات الرامية إلى أداء مناسك العمرة فقط، وبناء الطاقة الاستيعابية لاستيعاب ذروة موسم الحج - ما يؤدي إلى زيادة معدل الإشغال في عام 2022

ملاحظة: يشتمل الإمداد الأساسي على الفنادق المرخّصة، والشقق السكنية المفروشة، والشقق السكنية المفروشة غير المرخّصة، إلى جانب الشقق السكنية المتوقعة حتى عام 2022

المصدر: إدارة منح التراخيص لدى الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، وإدارة التفتيش لدى الهيئة، والتقارير المتخصصة في القطاع، وتحليلات الفريق

الإقامة: تكمن الفجوات الأكبر في الفنادق ذات المستوى المتوسط في مختلف أماكن الإقامة، وفي الفنادق الفاخرة بشكل رئيسي في الرياض والمنطقة الشرقية

الوُجهات الترفيهية (استضافة المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات، وزيارة الأقارب والأصدقاء أيضاً) | الزيارات الدينية بشكل رئيسي

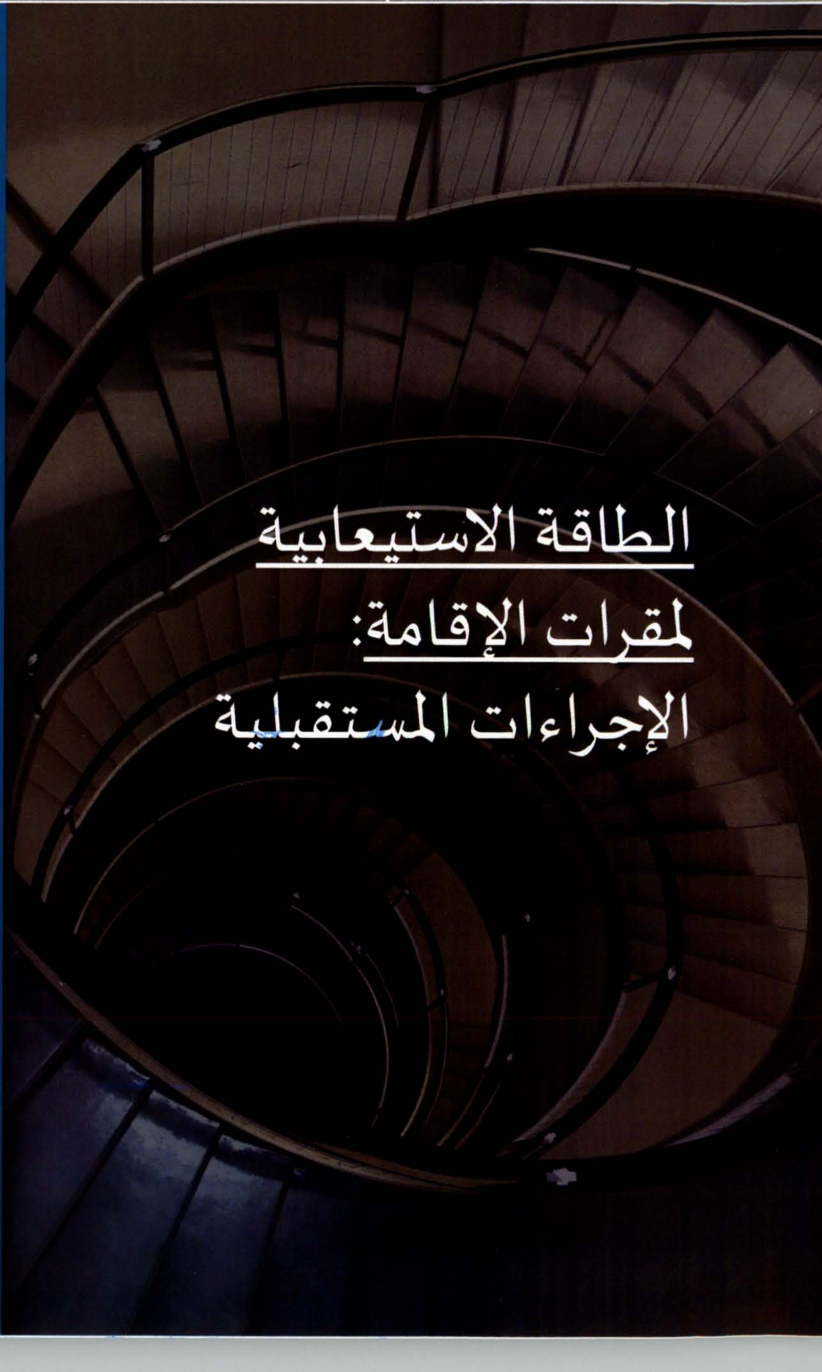
الغرف الناقصة (بالألف)	جدة[2]	المنطقة الشرقية	الرياض	ينبع[1]	العُلا	الباحة	حائل	مشروع نيوم	أمالا	البحر الأحمر	غير ذلك	مكة المكرّمة المدينة المنوّرة	الإجمالي
الميزانية	1-	2-	0	3-	2-	1-	1-	0	0	0	0	0	10-
متوسطة المستوى	10-	12-	0	9-	4-	4-	2-	0	0	0	15-	6-	62-
الفنادق الفاخرة	6-	13-	16-	2-	1-	3-	3-	0	0	0	4-	0	48-
الفجوة الإجمالية	17-	27-	4-	14-	7-	8-	6-	0	0	0	19-	0	102-

سيحصل الزوّار في الرياض ومكة المكرمة والمدينة المنورة على إقامة في الفئة الأقل تفضيلاً بالنسبة لهم
(على سبيل المثال: سيبقى جزء من الزوّار من الفئة المتوسطة ضمن الإقامة الأغلى ثمناً أو ما دون الفاخرة)

1. لا تُمثّل المدينة المنوّرة جزءاً من وُجهة الطائف، إذ لا يُمكن استيعاب غير المسلمين في المدينة 2. لا تُمثّل مكة المكرّمة جزءاً من وُجهة ينبع، إن لا يُمكن استيعاب غير المسلمين في المدينة

ملاحظة: يشتمل الإمداد الأساسي على الفنادق المرخّصة، والشقق السكنية المفروشة، والشقق السكنية المفروشة غير المرخّصة

المصدر: إدارة منح التراخيص لدى الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، وإدارة التفتيش لدى الهيئة، والتقارير المتخصصة في القطاع، وتحليلات الفريق



الطاقة الاستيعابية لمقرات الإقامة: الإجراءات المستقبلية



بناء 102 ألف غرفة ناقصة في المملكة، علاوة على 59 ألف غرفة قيد الإعداد حالياً، لتلبية الطلب الكامل، مع منح أولوية عليا للمنطقة الشرقية وجدة



التركيز على إضافة الطاقة الاستيعابية للمستوى المتوسط والفخم



وضع لوائح مواتية لمشاركة المنازل (مثل تأجير الشقق السكنية)





تم افتتاح 6 وجهات وأكثر من 50 ألف غرفة فندقية في سنة واحدة
الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معا
scth.gov.sa
العدد الأقصى من الغرف الفندقية التي افتتحت في سنة واحدة، بآلاف الغرف
نسبة النمو خلال الفترة
الصين 410+ %12+ 2016-2015
الولايات المتحدة الأمريكية +132 %3+2009-2008
كولمبيا +98 %34+ 2018-2017
تايلاند +95 %45+ 2007-2006
ماليزيا +53 %25+ 2014-2013
فرنسا +51 %8+ 2007-2006
الهند +41 %15+ 2017-2016
فيتنام +39 %26+ 2007-2006
المكسيك +39 %7+ 2015-2014
الإمارات +38 %34+ 2014-2013
اليابان +34 %5+ 2007-2006
البرازيل +31 %10+ 2006-2005
متوسط المملكة هو 36 ألف[1]
1. بناء على 107 آلاف غرفة إضافية مطلوبة خلال 3 سنوات (166 ألف غرفة ناقص 59 ألف غرفة في المسار الحالي المتوقع)
ملاحظة: الافتتاح التزايدي الأقصى للغرف الفندقية في آخر 15 عاما
المصدر: يورومونيتور
302



الخدمات:
الإجراءات المستقبلية



تطوير 10 مراكز للزوار في 38 موقعاً جاهزاً بحلول عام 2022



إطلاق أكثر من 80 نشاطاً سياحياً جديداً في المواقع الجاهزة

وضع اللافتات وتأمين 38 موقعاً جاهزاً بحلول عام 2022



أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

الوجهات الجاهزة

الفئات المستهدفة من 2019-2022

أعداد الزوار والأثر الاجتماعي والاقتصادي

المبادرات حتى عام 2022

مخاطر الاستراتيجية

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات

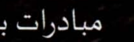



مُنحت الأولوية لـ 20 مبادرة رئيسية ذات أولوية لتحقيق استراتيجية السياحة (2/1)



هيئة السياحة

1. **إنشاء صندوق/برنامج لتطوير السياحة**
   تقديم الحوافز إلى المستثمرين لتطوير الخدمات
2. **إعداد إطار تشريعي شامل للأنشطة السياحية الأساسية**
3. **إنشاء شركة وطنية لإدارة الوجهات**
   إنشاء شركة إدارة وجهات ذات نموذج تشغيلي من الطراز العالمي
4. **تنظيم حملة تسويق وتواصل**
   إطلاق حملات تسويقية لبناء صورة المملكة باعتبارها وجهة سياحية عالمية
5. **تأسيس صندوق لتطوير الارتباط الجوي**
   تعزيز الارتباط الجوي عبر تقديم الحوافز إلى شركات الطيران
6. ✓ **إعداد خطة القوى العاملة السياحية الاستراتيجية**
   تحديد الفئات الوظيفية المطلوبة واحتياجات الموارد البشرية في قطاع السياحة
7. ✓ توجيه إعداد المخططات العامة وتصميم وتطوير المواقع السياحية الجاهزة البالغ عددها 38 موقعاً في الأعوام 2019-2022
   بالمواءمة مع المشاريع العملاقة والمناطق
8. ✓ **تشجيع الشراكات بين القطاعين الحكومي والخاص في**
   الإقامة، والأنشطة، والتنقل، ورأس المال البشري، والتمويل والاستثمارات، والتقنيات، والاستدامة
9. ✓ **تحديث إطار منح التراخيص والتفتيش لقطاع السياحة**
10. ✓ **توحيد مصادر البيانات المستخدمة لإجراء الإحصائيات السياحية ومواءمة التعريفات/المنهجيات مع المعايير الدولية**
11. ✓ **تحديد ودفع عجلة الابتكار في رحلات الزوار**


مبادرات بدأت بالفعل

1. شركة إدارة وجهات

مُنحت الأولوية لـ 20 مبادرة رئيسية ذات أولوية لتحقيق استراتيجية السياحة (2/2)



الهيئة العامة للطيران المدني

12 توسيع الاتفاقيات الثنائية للتواصل الجوي
التفاوض على توسيع الاتفاقات الثنائية
مع دول المصدر المستهدفة

13 تسريع توسيع مطار جدّة
تسريع خطط تطوير المطار المخطط لها

14 تحديث البنية التّحتيّة وجودة الخدمات في المطارات السعودية
وإطلاق خطة التحسين على مستوى الدولة

لجنة التأشيرات

15 ✓ تمديد قائمة التأشيرات بما يتجاوز الدول المؤهلة البالغ عددها 49 دولة
(لدى حاملي تأشيرات الولايات المتحدة و المملكة المتحدة وشنغن ذات الأولوية)

وزارة العدل

16 تأسيس محكمة للشؤون السياحية
إحالة المخالفات السياحية إلى سلطة مخصصة



وزارة النقل

17 إعداد وإنفاذ معايير النقل البري
(أي حول جودة السيارة، والسلامة، والنظافة، والعدادات)

وزارة العمل والتنمية الاجتماعية

18 تكييف اللوائح التنظيمية للتأشيرات لتيسير سُبل توظيف الأفراد والمواهب الأجنبية
(مثل موظفي الفنادق، والأدلاء السياحيين)

وزارة الداخلية

19 تأسيس برنامج سفر آمن وخطة تواصل للأزمات الأمنية والطبية
لتحقيق الأمن غير المرئي
(مثل إخلاء الجماهير خلال الكوارث الطبيعية)

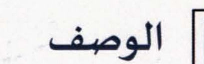
اللجنة الاستراتيجية/ هيئة الخبراء/ مجلس الوزراء

20 إقرار استراتيجية السياحة وحوكمتها
لقطاع السياحة السعودي

✓ مبادرات بدأت بالفعل



المبادرة الأولى: إنشاء صندوق/برنامج لتطوير السياحة



الوصف

- تأسيس **صندوق/ برنامج لتطوير السياحة** برعاية وزارة السياحة لاستقطاب الاستثمار والتحفيز على تطوير منظومة السياحة
- سيشتمل صندوق/ برنامج تطوير السياحة على الدعم المقدّمة إلى الابتكار في تجربة الزوّار
- **ستُقترح مجموعة متنوعة من آليات التحفيز:** التأجير طويل الأمد للأراضي، والاستثمارات المشتركة، وتقليل الضرائب، والقروض الميسّرة، وضمانات القروض، والشراكات بين القطاعين الحكومي والخاص
- التمويل من أربعة مصادر مختلفة: المنح الحكومية، ورسوم منح التراخيص، وضرائب السياح (مثل: رسوم التأشيرة، ورسوم الوصول، وضرائب الضيافة)، والأرباح من الاستثمارات



المتطلبات

15 مليار
ريال سعودي

- **تعويضات ضرائب الشركات** (بنسبة 20%) من الشركات الخاصة حتى عام 2022
- **قروض وضمانات** تصل نسبتها إلى 50% من ديون القطاع الخاص
- **استثمارات مشتركة** في المشاريع والفعاليات
- تصميم عملية واضحة وعادلة لتقديم الطلبات
- مواءمة المحفزات مع الجهات (وزارة المالية)
- صندوق تمويل لإجراء **دراسات الربحية** للمشاريع المستهدفة



النتائج

- محفزات للاستثمار في المشاريع السياحية في المملكة
- **يُقدّم تمويل فجوة الاستثمارات المشتركة، والقروض، والقدرة على الاستثمار**ضمانات إلى المستثمرين
- **يُعاد استثمار الادخار الضريبي في القطاع السياحي مع تحقيق أثر أعلى في الناتج المحلي الإجمالي** (5.6 مليار ريال سعودي[2])، **وتعزيز حجم التوظيف**



التوصيات الرئيسية

- **التركيز على أربعة مجالات رئيسية في المنظومة السياحية:**
  - تطوير الخدمات (الضيافة، والأنشطة، ومناطق الجذب، والخبرات)
  - تحفيز الفعاليات والمهرجانات
  - بناء القدرات
  - الترويج المالي للوجهات
- **استقطاب استثمارات القطاع الخاص لإطلاق القطاع السياحي** (أُفق يتراوح بين 2-5 سنوات)، وليس تقديم معونة طويلة الأمد
- **تقديم آليات تحفيز متنوعة** لتشجيع الاستثمارات والشراكات
- **تقديم هبات صندوق التمويل**
  - البدء من خلال منحة حكومية أولية
  - التمويل عبر رسوم منح التراخيص وضرائب السياح على المدى المتوسط - الطويل (على سبيل المثال: رسوم التأشيرة، ورسوم الوصول، وضرائب الضيافة)



1. بافتراض أن يكون المضاعف المقاس للناتج المحلي الإجمالي 1.23 (1.3 للإنفاق على الإقامة (20%)، و1.07 للترفيه والأنشطة (15%)، و1.22 للتسوق (20%)، و1.34 للطعام (20%)، و1.21 للسفر (5%)، و1.18 للخدمات الأخرى (20%))

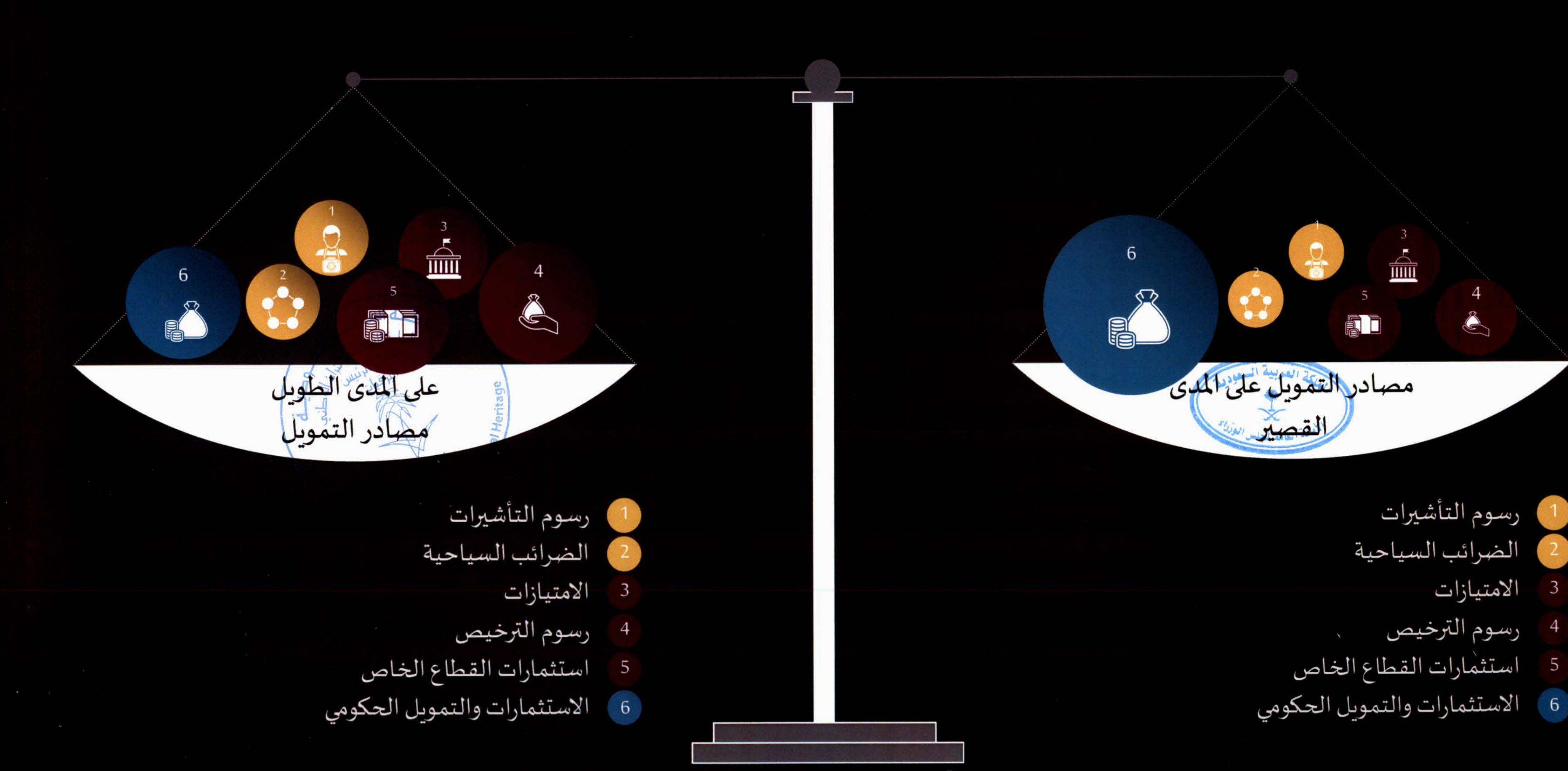


يتمحور تركيز صناديق السياحة الوطنية على 5 مجالات استثمارية رئيسية

مجالات الاستثمار / صناديق السياحة الوطنية	المكسيك FONATUR	كولمبيا FONTUR COLOMBIA	إيرلندا Fáilte Ireland	سنغافورة Singapore Tourism Board	كندا الصندوق الكندي للتجارب	أستراليا صناديق التنمية السياحية الإقليمية[1]	TOURISM AUSTRALIA
المنتجات، ومناطق الجذب، والتجارب	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
الفعاليات والمهرجانات			✓	✓	✓	✓	
المهارات والقدرات				✓	✓	✓	
الخدمات الاستشارية والمساندة			✓ (الوسيط)				✓ (الوسيط)
تسويق المنتجات والخدمات		✓		✓			✓

✓ المسؤول المباشر ✓ الوسيط

المصدر: تحليلات الفريق



المبادرة الأولى: إنشاء صندوق/برنامج لتطوير السياحة
مصادر التمويل: في حين أنه أساسي في البداية، ينخفض التمويل الحكومي نظراً لنمو القطاع السياحي والخاص
مصادر التمويل على المدى القصير
1 رسوم التأشيرات
2 الضرائب السياحية
3 الامتيازات
4 رسوم الترخيص
5 استثمارات القطاع الخاص
6 الاستثمارات والتمويل الحكومي
مصادر التمويل على المدى الطويل
1 رسوم التأشيرات
2 الضرائب السياحية
3 الامتيازات
4 رسوم الترخيص
5 استثمارات القطاع الخاص
6 الاستثمارات والتمويل الحكومي
يُشير حجم الفقاعة إلى المبلغ المالي
السيّاح
القطاع الخاص
القطاع الحكومي

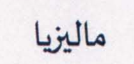


أمثلة مختارة

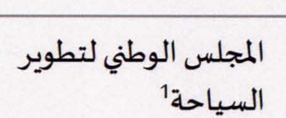
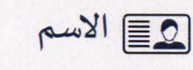
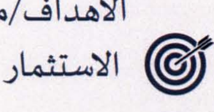
هنالك عدة أهداف وأوقاف وإعدادات بين صناديق السياحة الوطنية

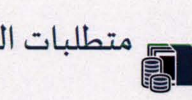
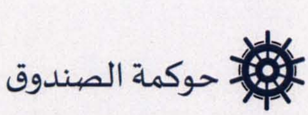


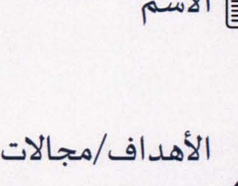
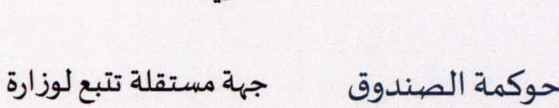


الدولة	المكسيك	ماليزيا	سنغافورة	المملكة المتحدة	هونغ كونغ
الاسم	المجلس الوطني لتطوير السياحة[1]	صندوق السياحة الخاص	صندوق تطوير السياحة	صندوق "اكتشف إنجلترا"	صندوق الفعاليات الكبرى
الأهداف/مجالات الاستثمار	بنية السياحة الأساسية (مثل، المواقع، والبنية التحتية للتنقل، والفنادق)	الشركات الصغيرة والمتوسطة رواد الأعمال	الأنشطة السياحية تطوير المواهب الفعاليات	الشركات الصغيرة والمتوسطة المنتج السياحي	الفعاليات الضخمة (مثل، الرياضة والثقافة)
متطلبات التمويل	مرتفعة (أكثر من 1,000 مليون دولار[2] سنوياً)	مرتفعة (نحو 500 مليون دولار سنوياً)	متوسطة (نحو 200 مليون دولار سنوياً)	منخفضة (نحو 100 مليون دولار سنوياً)	منخفضة (نحو 100 مليون دولار سنوياً)
حوكمة الصندوق	جهة مستقلة تتبع لوزارة السياحة	وزارة السياحة؛ تنشر الأموال مع بنك مخصص	منظمة السياحة الوطنية	منظمة السياحة الوطنية	هيئة للتنمية الاقتصادية[3]


1. الصندوق الوطني لتطوير السياحة؛ 2. في أنشط مراحل الصندوق، حتى العقد الأول من الألفية الثانية 3. وزارة/جهة غير سياحية

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ ومجلس سنغافورة للسياحة؛ وحكومة هونغ كونغ؛ وبنك التنمية الماليزي (بنك المنشآت الصغيرة والمتوسطة الماليزي)؛ والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق

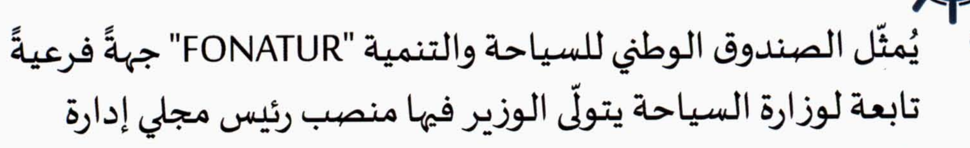


كانت "FONATUR" في المكسيك أساسيةً لتطوير كانكون باعتبارها وُجهة سياحية رائدة

الأهداف

- استقطاب ونشر التمويل لتطوير البنية التحتية السياحية
- تحسين الخدمات السياحية في المكسيك عبر الاستثمار في خدمات الاستمتاع بالبحر والشمس
- المشاركة في تأسيس الوجهات السياحية الرائدة







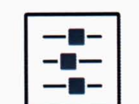
حوكمة الصندوق

- يُمثّل الصندوق الوطني للسياحة والتنمية "FONATUR" جهةً فرعيةً تابعة لوزارة السياحة يتولّى الوزير فيها منصب رئيس مجلي إدارة الصندوق
- الوصول المفضّل إلى بنوك التنمية الوطنية لتقديم المشاريع المعتمدة
- يتولى "FONATUR" المساءلة حيال استكمال المشروع



التمويل والهبات

- إنفاق عدّة مليارات سنوياً من عام 1975 إلى أوائل القرن الحادي والعشرين في البنية التحتية للسياحة عندما أصبح القطاع الخاص أكثر نشاطاً
- انخفض مستوى الهبات انخفاضاً كبيراً عند استكمال المشاريع الكبرى

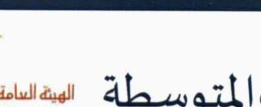


الإنجازات والأداء

- النجاح في قيادة تطوير ممر سياحي في كانكون وريفيرا مايا بطول 20 كيلومتر
- معدل نمو سنوي مركب بنسبة 10.1%، ما يؤدي إلى 6.7 مليون زيارة في كانكون
- تستحوذ كانكون على45% من الدخل السياحي

1.1. الصندوق الوطني لتطوير السياحة:
المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وصحيفة "ذا يوكاتان تايمز"، وجيو مكسيكو، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق







يهدف صندوق السياحة الخاص في ماليزيا إلى تسريع وتيرة خدمات الضيافة في الدولة عبر الشركات الصغيرة والمتوسطة



الأهداف

- دعم الشركات السياحية الماليزية الصغيرة والمتوسطة في توسيع نطاق الخدمات
- استقطاب الشركاء والتعاون معهم لتعزيز المساهمة في الاقتصاد الماليزي
- العمل بمثابة جهة تحفيز للاستثمار في القطاع الخاص



حوكمة الصندوق

- يتم نشر التمويل من جانب البنك الماليزي لتنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة
- تُقدّم الطلبات للحصول على القروض وإنجاز جميع الإجراءات عبر وزارة السياحة والفنون والثقافة الماليزية
- يتعيّن الحصول على موافقة الوزارة النهائية لتقديم التمويل





التمويل والهبات

- تمويل بقيمة **580 مليون دولار** في عام 2018، إلى جانب تمديد بقيمة **125 مليون دولار** في عام 2019
- تقديم أسعار فائدة مواتية بنسبة تتراوح بين **%2.5-0** على القروض الصادرة
- تتراوح الاستثمارات بين **60 ألف دولار - 7.3 مليون دولار**



الإنجازات والأداء

- تخصيص **580 مليون دولار** بحلول عام 2018 لدعم روّاد الأعمال والشركات الصغيرة والمتوسطة
- تقديم الدعم والمساندة لما مجموعه **حوالي 500** شركة
- المشاركة وتسجيل **حوالي 10,000** رائد أعمال وفرد جديد

ملاحظة: جرى تعديل جميع الأرقام لتحديد التضخم وتحويلها إلى الدولار الأمريكي باستخدام سعر الصرف الحالي

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وبنك التنمية الماليزي بيرهاد (البنك الماليزي لتنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة، والخزينة الماليزية، ووزارة السياحة والثقافة الماليزية، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



يهدف صندوق تطوير السياحة في سنغافورة إلى تطوير رأس المال البشري باعتباره أحد الأهداف الرئيسية




الأهداف

- تحفيز استحداث خدمات وتجارب مبتكرة وسياحية عالية الجودة
- الدفع باتجاه تحسين القدرات والمواهب لدى المؤسسات ذات الصلة بالسياحة
- البناء الشامل لقطاع السياحة في سنغافورة



حوكمة الصندوق

- الصندوق تحت رقابة مجلس سنغافورة للسياحة، وهو يتبع إلى وزارة التجارة والصناعة
- يُجري مجلس سنغافورة للسياحة تقييماً للعروض المقدّمة للمشاريع مع إشراف اللجان
- بإمكان مجلس سنغافورة للسياحة اختيار المشاريع على نحو مستقل



التمويل والهبات

- أُطلقت نسخة ثالثة من الصندوق في عام 2016، مع تقديم هبة قيمتها 516 مليون دولارضمن أفق زمني قدره 3 سنوات
- يتم تخصيص ثلاثة مخططات للتمويل (أي: تحسين المنتجات، والفعاليات، وتطوير المواهب) من الهبات الإجمالية



الإنجازات والأداء

- 52 مشروعاً ذات صلة بالجوانب التقنية تحت إشراف الصندوق يدفع عجلة الابتكار في مجال السفر منذ عام 2016
- 410 مؤتمر ومنتدى ومعرض واجتماع في عام 2016
- خبرة في تأسيس برنامج بقيمة 5.5 مليون دولارلتحسين المنتجات مع تحديث الجوانب التقنية

1. مجلس سنغافورة للسياحة؛ ملاحظة: جرى تعديل جميع الأرقام لتحديد التضخم وتحويلها إلى الدولار الأمريكي باستخدام سعر الصرف الحالي
المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، و"وبن ترافيل"، والحكومة السنغافورية، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق

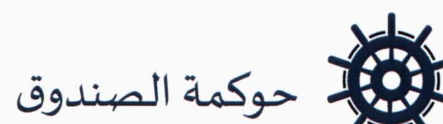


يهدف صندوق "اكتشف إنجلترا" إلى تحسين الخدمات السياحية في إنجلترا عبر دعم مشاريع مختارة



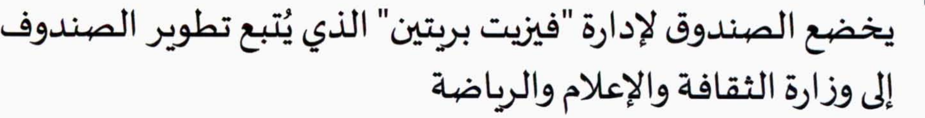
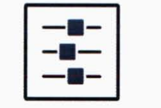

الأهداف

- تحسين الخدمات السياحية باللغة الإنجليزية عبر استهداف الوجهات، وتطوير الأنشطة الثقافية بشكل أكبر
- المساهمة في الخدمات الإضافية التي تستقطب السياح، وتعزيز أعداد الزوار وإنفاقهم



حوكمة الصندوق

- يخضع الصندوق لإدارة "فيزيت بريتين" الذي يُتبع تطوير الصندوف إلى وزارة الثقافة والإعلام والرياضة
- بإمكان "فيزيت بريتين" تخصيص التمويل بسهولة في حال كانت المشاريع تتماشى مع المبادئ التوجيهية الشاملة للصندوق
- تتأتّى الموافقة النهائية من مجلس إدارة "فيزيت بريتين"


التمويل والهبات

- قُدّم تمويل إجمالي بقيمة62.8 مليون دولار في عام 2016، وتم ضخه على مدار ثلاث سنوات
- تتلقّى المشاريع التي تدوم لسنتين ما يصل لغاية 1.33 مليون دولار على أقصى تقدير، إلى جانب مشاريع صغيرة مدتها سنة واحدة تتلقّى ما يصل لغاية 0.62 مليون دولار

الإنجازات والأداء

- الدعم الناجح لـ56 مشروعاً منذ عام 2016 لا يزال العديد منها قيد التنفيذ
- أدّت المشاريع التجريبية لأول 20 عاماً إلى تقديم منتجاً سياحياً جديداً (على سبيل المثال: التركيز على الرحلات السياحية بصُحبة الأدلّاء السياحيين على طول الساحل)





1. وزارة الثقافة والإعلام والرياضة. ملاحظة: جرى تعديل جميع الأرقام لتحديد التضخم وتحويلها إلى الدولار الأمريكي باستخدام سعر الصرف الحالي

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ و"فيزيت بريتين"؛ والمقابلات مع الخبراء؛ وتحليلات الفريق

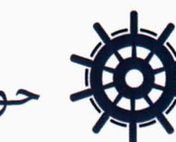


يهدف صندوق الفعاليات الكبرى في هونغ كونغ إلى استقطاب السياح عبر الفعاليات الفنية والثقافية والرياضية الكبرى، وبالتالي جعل هونغ كونغ مركزاً إقليمياً لإقامة الفعاليات



الأهداف

- تقديم الدعم والمساندة إلى هونغ كونغ لتُصبح عاصمة الفعاليات في آسيا
- تقديم الدعم المالي لاستضافة الفعاليات الفنية والثقافية والرياضية في هونغ كونغ
- استقطاب الفعاليات الدولية الكبيرة إلى هونج كونغ



حوكمة الصندوق

- بإدارة هيئة السياحة تحت إشراف مكتب التنمية الاقتصادية والتجاري، بوجود مجلس إدارة منفصل للصندوق
- إقرار مجلس إدارة الصندوق لجميع المنح
- محدودية الإشراف على الجهات التنظيمية، وتفعيل القليل من المعايير في التحقق من متطلبات المنح



التمويل والهبات

- يتعيّن إنفاق ما قيمته **36.5 مليون دولار** على منح الفعاليات
- تقديم المنح إلى المجموعات غير الربحية من عام 2009 حتى عام 2017
- تشتمل متطلبات المنح على تعيين الموظفين المحليين، وتطوير حُزم الفعاليات السياحية لاستقطاب الزوار

الإنجازات والأداء

- حظيت **30** فعالية بالرعاية بنجاح بحلول عام 2017
- أطلق الصندوق فعاليات ثقافية رئيسية بنجاح مثل فعالية "فاير دراغون ريس"
- القيام أيضاً بإطلاق فعاليات رياضية سنوية مثل بطولة هونغ كونغ المفتوحة، وبطولة رابطة محترفي التنس[2] Hong Kong Challenger

1. مكتب التنمية الاقتصادية والتجارية؛ 2. رابطة محترفي التنس؛ ملاحظة: جرى تعديل جميع الأرقام لتحديد التضخم وتحويلها إلى الدولار الأمريكي باستخدام سعر الصرف الحالي
المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وتدقيق المجلس التشريعي في هونغ كونغ، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



تتطلّب الغالبية العظمى من الأنشطة السياحية لوائح تنظيمية (3/1)

النشاط	حالة التنظيم	الحظر القانوني	التغيير المتوقع	الآثار القانونية المترتبة
الثقافة				
المواقع التاريخية	منظمة	محظورة[1]	رفع الحظر	تغيير أنظمة المواقع القريبة من الجمهور العام
المتاحف	منظمة	غير محظورة	-	-
رحلات المشي بصُحبة دليل سياحي	منظمة	غير محظورة	-	-
الحرف اليدوية	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد اللوائح التنظيمية للحرف اليدوية
الرحلات بالحافلة	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للرحلات بالحافلة
التجارب في الصحراء				
التخييم	منظمة	غير محظورة	-	-
الرحلات في الطائرات العمودية	منظمة	غير محظورة	-	-
الرحلات في سيارات الدفع الرباعي	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للرحلات في سيارات الدفع الرباعي
ركوب الإبل	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لركوب الإبل
تدريب الصقور	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لتدريب الصقور

لا يتعيّن اتخاذ أي إجراء (أخضر)
يتعيّن اتخاذ إجراء (أحمر)

المصدر: تحليلات الفريق
1. مثال: مدائن صالح والدرعية قريبتان من الجمهور العام



تتطلّب الغالبية العظمى من الأنشطة السياحية لوائح تنظيمية (3/2)

النشاط	حالة التنظيم	الحظر القانوني	التغيير المتوقع	الآثار القانونية المترتبة
التجارب في الصحراء (تتمّة)				
التزلج على الرمال وركوبها	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد اللوائح التنظيمية للتزلج على الرمال وركوبها
التجول عبر الكثبان الرملية	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد اللوائح التنظيمية للتجول عبر الكثبان الرملية
مناطيد الهواء الساخن	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد اللوائح التنظيمية لمناطيد الهواء الساخن
الاستمتاع بالبحر والشمس				
الغوص	منظمة	غير محظورة	-	-
صيد السمك	منظمة	غير محظورة	-	-
التجول بالقوارب[1]	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتجول بالقوارب
التزلج على الماء	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتزلج على الماء
قوارب الرحلات	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لقوارب الرحلات
التجديف	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتجديف
التزلج الهوائي	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتزلج الهوائي

لا يتعيّن اتخاذ أي إجراء

يتعيّن اتخاذ إجراء

المصدر: تحليلات الفريق

1. الإبحار واليخوت



تتطلّب الغالبية العظمى من الأنشطة السياحية لوائح تنظيمية (3/3)

النشاط	حالة التنظيم	الحظر القانوني	التغيير المتوقع	الآثار القانونية المترتبة
المحميات الطبيعية/ الجبلية				
الحفاظ على الحياة البرية	منظمة	غير محظورة	-	-
التنزه	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتنزه
التسلق	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتسلق
تدريب البقاء على قيد الحياة	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لتدريب البقاء على قيد الحياة
رياضة الانزلاق على الجبل	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لرياضة الانزلاق على الجبل
القيادة في الطرق الوعرة	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للقيادة في الطرق الوعرة
ركوب الدراجات الهوائية في المناطق الجبلية	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لركوب الدراجات الهوائية في المناطق الجبلية
ركوب الخيل	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لركوب الخيل
التحليق المظلي	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتحليق المظلي
حديقة المغامرات	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لحديقة المغامرات

المصدر: تحليلات الفريق

لا يتعيّن اتخاذ أي إجراء

يتعيّن اتخاذ إجراء



ثمّة 4 أعراف اجتماعية ينظر السياح إليها على أنها تُمثّل عراقيل ويتعيّن معالجتها

	العراقيل	تُحدّد بموجب	الإجراء
الزي المعتمد	يجب على النساء ارتداء ملابس محافظة وفضفاضة وواسعة بالإضافة إلى العباية	النظام	لا ضرورة للتحديث: خففت المملكة القوانين التي تفرض على النساء ارتداء العباية إلزامياً
	ينبغي على الرجال عدم ارتداء سراويل قصيرة وقمصان بلا أكمام	النظام	تخفيف الأنظمة التي تفرض على الرجال ارتداء اللباس الموحد تماشياً مع المعايير الغربية
	تتطلّب الشواطئ ملابس سباحة ساترة للنساء، وسراويل سباحة طويلة للرجال	النظام	لا ضرورة للتحديث: شواطئ خاصة في المملكة العربية السعودية تُتيح إمكانية ارتداء ملابس السباحة المريحة
العلاقات المتبادلة بين الجنسين	يتم الفصل بين العازبين والعائلات في أماكن عامة محددة	العرف الاجتماعي	تعزيز إلغاء الفصل بين الجنسين في المطاعم والمتاجر ومناطق الجذب السياحي
	فرض قيود على الشواطئ المخصصة لكلا الجنسين	العرف الاجتماعي	لا ضرورة للتحديث: دمج الشواطئ المخصصة لكلا الجنسين الموجودة في المملكة العربية السعودية، والتي تُدار ضمن الإطار العام والخاص على حد سواء
	لا يمكن للأفراد غير المتزوجين اقتسام الغرفة نفسها	النظام	لا ضرورة للتحديث: اعتُمد تخفيف الأنظمة وهو قيد الإعداد للتنفيذ
	يُمنع تبادل الأحضان والتقبيل في الأماكن العامة	النظام	تخفيف أنظمة إلغاء السريّة عن علامات الحب الخفية وغير العاطفية باعتبارها مخالفة قانونية
	يجب على الرجال تجنُّب الاتصال والاقتراب والتواصل البصري المطوّل مع النساء غير المعروفات لهم	النظام	عائق غير قابل للمعالجة
الطعام والشراب		النظام	عائق غير قابل للمعالجة
	يُمنع تناول الطعام والشراب والتدخين على العلن أثناء شهر رمضان المبارك	العرف الاجتماعي	عائق غير قابل للمعالجة

المصدر: تحليلات الفريق



المبادرة الثالثة: إنشاء شركة وطنية لإدارة الوجهات

الوصف

- تأسيس جهة داعمة للشركات الوطنية لإدارة الوُجهات لضمان تقديم الأنشطة السياحية الرئيسية في الوُجهة
- في كافة الوجهات السياحية الرئيسية في العالم، تؤدي شركات إدارة الوجهات السياحية دوراً رئيسياً عبر أداء دور الوسيط بين الشركات فيما بينها وبين الشركات والعملاء، ومُقدّمي الخدمات في الميدان
- تتولّى في بعض الحالات مُلكية الأصول وإدارة الأنشطة مباشرةً

المتطلبات

الحاجة الأولية من رأس المال - يتعيّن تحليلها بشكل أكبر عند التقييم الكامل لمدى الحاجة في الفعاليات والأنشطة والنقل المحلي

- الموظفون
  - الموظفون التجاريون، وموظفو المبيعات
  - الموظفون التشغيليون
  - الموظفون الإداريون
- الأصول (غير شمولية)
  - السيارات، والرحلات، وحافلات النقل
  - المخيمات
  - الحدائق

النتائج



- تحسين تجربة السياح ومدى رضاهم

التوصيات الرئيسية



- ضم شركة إدارة وجهات سياحية **مدعومة بالحكومة بالكامل** بما يُراعي تدنّي مستوى نُضج قطاع السياحة الترفيهية
- تقديم دليل شامل للخدمات على شكل **تجارب طبيعية، ورحلات، ورياضات، وأنشطة ترفيهية، وتجربة تناول طعام العشاء، والفعاليات**
- يتعيّن أن تعمل شركة إدارة الوجهات السياحية باعتبارها **جهة مُجمّعة للخدمات** (تملك أصولاً محددةً مثل مركبات النقل، والمخيمات الصحراوية للرحلات والتجارب الصحراوية) تُقدّم الخدمات **لعملاء من الشركات بشكل رئيسي مثل شركات تسيير الرحلات، والفنادق، والمؤسسات، والشركات المتخصصة في تخطيط الفعاليات**
- تُباع الخدمات على شكل حُزم **مخصصة للفعاليات المؤسسة وحُزم قياسية لغيرها**
- تمتلك شركات إدارة الوجهات السياحية **موظفين تشغيليين في المملكة العربية السعودية، وموظفين تجاريين يعملون في دول المصدر الرئيسية**

1. الطعام والشراب؛ المصدر: المقارنات المعيارية لشركات إدارة الوجهات السياحية الرائدة، والتقارير السنوية، ومُدخلات الخبراء، وتحليلات الفريق




الأنشطة التي تندرج تحت نطاق شركات إدارة الوجهات الرائدة في العالم

الجولات















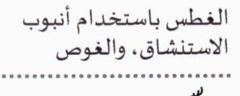


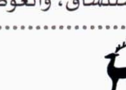
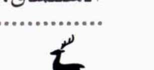
- النزول من الحافلة والتجول في مكان ما
- الجولات في المدينة
- الجولات الثقافية وفي المتاحف
- الجولات بالقوارب
- الجولات الجوية

الطبيعة





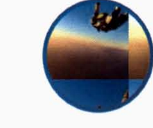





- تجربة الصحراء
- تجربة الجبال
- الغطس باستخدام أنبوب الاستنشاق، والغوص
- الحياة البرية

الرياضة













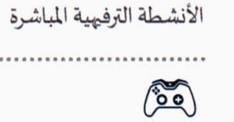


- الرياضات المائية
- رياضات المغامرات
- الرياضات الخطرة
- الرياضات الترويحية

الترفيه











- مناطق الجذب الترفيهية
- الرفاه
- الأنشطة الترفيهية المباشرة
- الترفيه الرقمي

الأطعمة والمشروبات



- تجارب تناول وجبة العشاء

الفعاليات





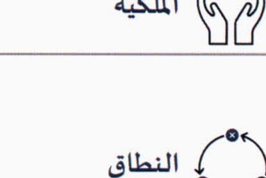
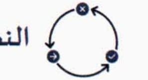
- المهرجانات والمعارض
- فعاليات الشركات
- التقاليد




المصدر: المقارنات المعيارية لشركات إدارة الوجهات السياحية من الطراز العالمي، والمقابلات مع الخبراء، وتحليل فريق الاستراتيجية



جرى تحليل النموذج التشغيلي والمؤشرات المالية الرئيسية لثلاث شركات كُبرى متخصصة في إدارة الوجهات في العالم

		  AlliedPRA	 Cox & Kings	 dnata
الدولة				
الملكية		مموّلة بواسطة الأسهم الخاصة	مُدرجة في السوق المالي	مموّلة بواسطة الحكومة
النطاق	الأنشطة	• فعاليات الشركات • الجولات • الأطعمة والمشروبات	• فعاليات الشركات • الجولات	• الجولات • الطبيعة • الرياضة • الترفيه • الأطعمة والمشروبات
	الطبيعة	مُجمّع الخدمات	مُجمّع الخدمات	مُجمّع الخدمات ومالك الأصول[2]
النموذج التشغيلي	العملاء	• منظمو الفعاليات • الشركات • المسافرون الأفراد • منظمو الرحلات	• المسافرون الأفراد • الشركات، • منظمو الفعاليات، • منظمو الرحلات	• المسافرون الأفراد • الشركات • منظمو الفعاليات، • منظمو الرحلات
	مقدمو الخدمات/ المزوّدون	• الفنادق، • المطاعم • الشركات الإعلامية • مراكز المؤتمرات • شركات السفر	• الفنادق • المطاعم • الشركات الإعلامية • مراكز المؤتمرات • شركات النقل المحلية	• الفنادق • المطاعم • الحدائق الترفيهية • شركات تنظيم الرحلات البحرية • منظمات رياضات المغامرات
	الموظفون	غير متوفرة	3 آلاف موظف	غير متوفرة
	المنتجات	الحُزم القياسية والمخصصة	الحُزم القياسية والمخصصة	الحُزم القياسية والمخصصة
الإيرادات		حوالي 200 مليون دولار (بشكل رئيسي من الحُزم المخصصة لتخطيط الفعاليات)	حوالي 350 مليون دولار (حوالي 40% من فعاليات الشركات، وحوالي 30% لحُزم الرحلات)	الإيرادات: 900 مليون دولار[1] (بشكل رئيسي من حُزم الرحلات القياسية للتجارب في الصحراء، وزيارة معالم المدينة، والمغامرات)



1. تمثل الإيرادات الموحدة لجميع الشركات التابعة لشركة دناتا تحت عنوان "فئة أعمال تقديم خدمات السفر"؛ 2. امتلاك الأصول لتيسير سُبل تقديم الخدمات على شكل مخيمات في الصحراء، ومركبات نقل؛ المصدر: التقارير السنوية، والتقارير الإعلامية، والبحوث المكتبية



المبادرة الرابعة: تنظيم حملة تسويق واتصال

يتعيّن على فريق التسويق تحديد تفاصيلها بشكل أكبر

الوصف

- تخصيص **الأموال لإدارة التسويق** ضمن الجهة المروّجة التي تأسست حديثاً من أجل:
  - **توظيف المواهب**، وبناء **القدرات التسويقية**
  - إعداد وصقل **علامة تجارية متماسكة للسياحة السعودية**
  - **تنظيم حملات وفعاليات قوية للترويج إلى المملكة العربية السعودية على المستوى المحلي وفي الخارج**

المتطلبات

حوالي 500 مليون ريال سعودي

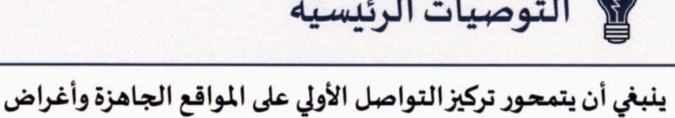
- **تستثني هذه الميزانية تكاليف الموظفين والتكاليف الجارية**
- تشكيل **فريق تسويق داخلي** واضح لتنظيم الحملات
- **مواصلة إقامة الشراكات مع الوكالات المبتكرة** لإعداد مفاهيم إبداعية
- **بناء شراكات مع المؤسسات السياحية الفاعلة محلياً ودولياً** (على سبيل المثال: السعودية، والسيرة)

النتائج

- **زيادة الرغبة بالسفر إلى المملكة العربية السعودية**
- **علامات تجارية قوية ذات مبادئ توجيهية واضحة للترويج** مستقبلاً
- **تنفيذ مجموعة واضحة من مبادرات الترويج خلال السنة** القادمة

التوصيات الرئيسية

- **ينبغي أن يتمحور تركيز التواصل الأولي على المواقع الجاهزة وأغراض السفر المستهدفة لمرحلة "استكشف السعودية"**
  - التركيز على 7 وُجهات و38 موقعاً جاهزاً
  - عرض أبرز مواقع المغامرات والمواقع التراثية والثقافية في المملكة العربية السعودية
- **بعد ذلك، تقديم المشاريع الكبرى وأغراض السفر الأخرى** (مثل: الاستمتاع بالشمس والبحر، والترفيه) **لإعداد الجمهور المستهدف لمرحلة "التجربة"**
- مواصلة تنفيذ **7 ركائز للترويج والتواصل** جرى تحديدها نظراً لعدم نسيان أي نشاط رئيسي
- تقديم **نطاق عمل واختصاص واضح للجهة المروّجة التي تأسست حديثاً لتولّي زمام الترويج والتواصل لقطاع السياحة في المملكة العربية** السعودية

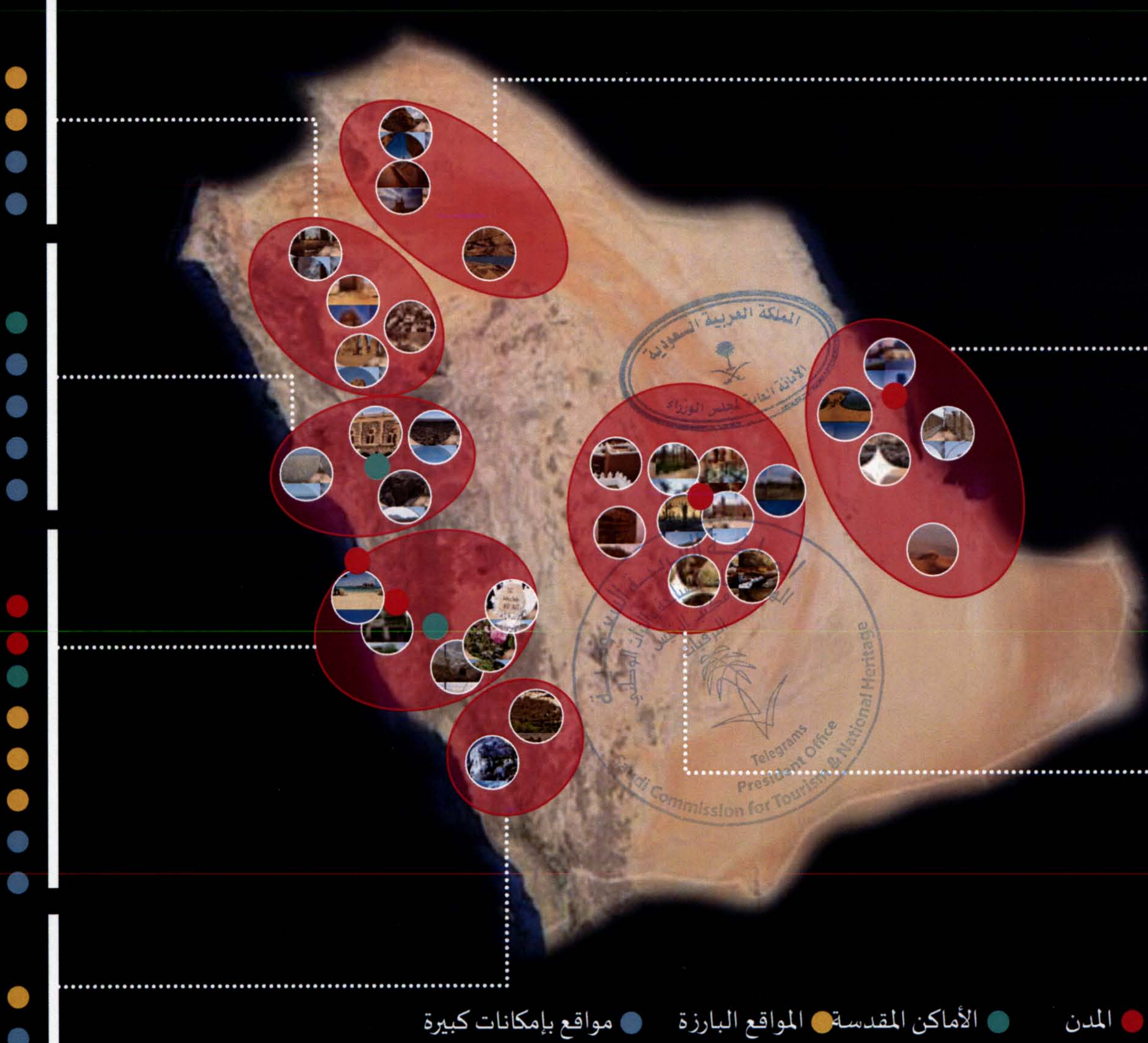






1. الفعاليات، والعلاقات العامة الدولية، والعلاقات العامة المحلية، والشراكات، والتسويق الرقمي والتقليدي، والاستراتيجية والمكانة، والمحتوى والترويج للعلامة التجارية

ينبغي أن يتمحور تركيز حملات التواصل الأولي على الوجهات السبعة والمواقع الـ 38 الجاهزة فيها





ينبغي أن يتمحور تركيز الحملات الأولية على فئتين رئيسيتين لمرحلة "استكشف" السعودية: المغامرات، والثقافة، والتراث



16 موقع تراث وثقافة

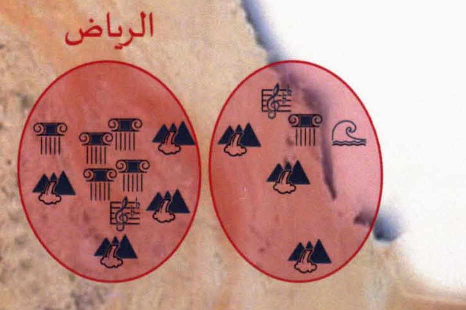


13 موقع مغامرات

3 مواقع للاستمتاع بالشمس والبحر



3 مواقع للترفية والتسوق



غرض السفر الرئيسي

- موقع تراثي وثقافي
- موقع مغامرات
- موقع للاستمتاع بالشمس والبحر
- موقع للترفية والتسوق



ينبغي أن تُواصل الجهة المروّجة تنفيذ الركائز السبعة المحدّدة نظراً لعدم نقص أي أنشطة رئيسية

1 الفعاليات
- تنظيم الفعاليات
- الإعلام والإعلان عن الفعاليات

2 العلاقات العامة الدولية
- الإعلام العام
- إدارة الرحلات
- المؤثرون والمشاهير الدوليون
- البرامج الأخرى

3 العلاقات العامة المحلية
- العلاقات الإعلامية المحلية
- التعهيد الجماعي العام
- الإعلام الإبداعي ومواقع التواصل الاجتماعي
- التدريب

4 الشراكات
- الصناعة (بما يشمل مذكرات التفاهم)
- شراكات التواصل

5 التسويق الرقمي والتقليدي
- منصة السياحة (شبكة الويب والتطبيقات)
- تحسين محركات البحث
- الحملات وشراء الخدمات الإعلامية

6 الاستراتيجية والمكانة
- الاستراتيجية
- تحديد الموقع

7 المحتوى والترويج
- تطوير الهوية
- المبتكرون
- مركز المحتوى

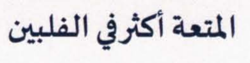
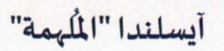


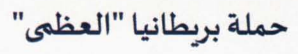
باعتبارها دولة سياحية، ينبغي أن تواصل المملكة العربية السعودية تطوير علامات تجارية قوية لتعزيز الوعي





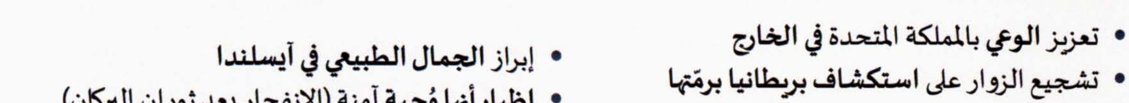
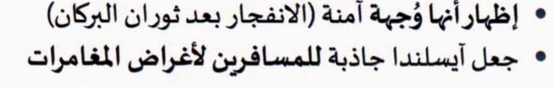
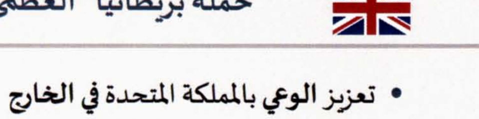




	حملة بريطانيا "العظمى"	آيسلندا "المُلهمة"	المتعة أكثر في الفلبين
الغايات	• تعزيز الوعي بالمملكة المتحدة في الخارج • تشجيع الزوار على استكشاف بريطانيا برمّتها • عرض أبرز غرضين للسفر تهدف المملكة المتحدة إلى تحقيقهما: المغامرات والثقافة	• إبراز الجمال الطبيعي في آيسلندا • إظهار أنها وُجهة آمنة (الانفجار بعد ثوران البركان) • جعل آيسلندا جاذبة للمسافرين لأغراض المغامرات	• تحسين صورة الدولة • إظهار أن الدولة تُمثّل وُجهة جاذبة لقضاء عطلة نهاية الأسبوع • إظهار أن الدولة تُمثّل دولة رائدة للسياحة المستدامة
الوسائل	• عبر الإنترنت • اللوحات الإعلانية	• مواقع التواصل الاجتماعي • الإعلانات المطبوعة	متنوعة وشاملة (مواقع التواصل الاجتماعي، وعبر شبكة الإنترنت، والمجلات، والتطبيقات، وغيرها)
الإطار الزمني	4 سنوات	سنة واحدة	سنتان
الميزانية	550 مليون ريال سعودي	10 ملايين ريال سعودي	37.5 مليون ريال سعودي
الأثر	• إنفاق إضافي بقيمة مليار دولار من الزوّار الخارجيين • 16 مليون دولار على شكل تمويل شريك • تعزيز الوعي من السياحة البريطانية	• ازدادت النظرة الإيجابية حيال آيسلندا على مدار الحملة (على سبيل المثال: بنسبة تزيد على 48% في المملكة المتحدة، ونسبة تزيد على 25% في ألمانيا) • سنة واحدة بعد تجاوز عدد الزيارات لسقف التوقعات بنسبة 27%	• ازدادت نسبة البحث عن الدول على محرك جوجل بنسبة 231% طوال فترة الحملة • وصلت السياحة إلى أعلى مستوى جديد على الإطلاق، إذ شهدت زيادة سنوية قدرها 10%

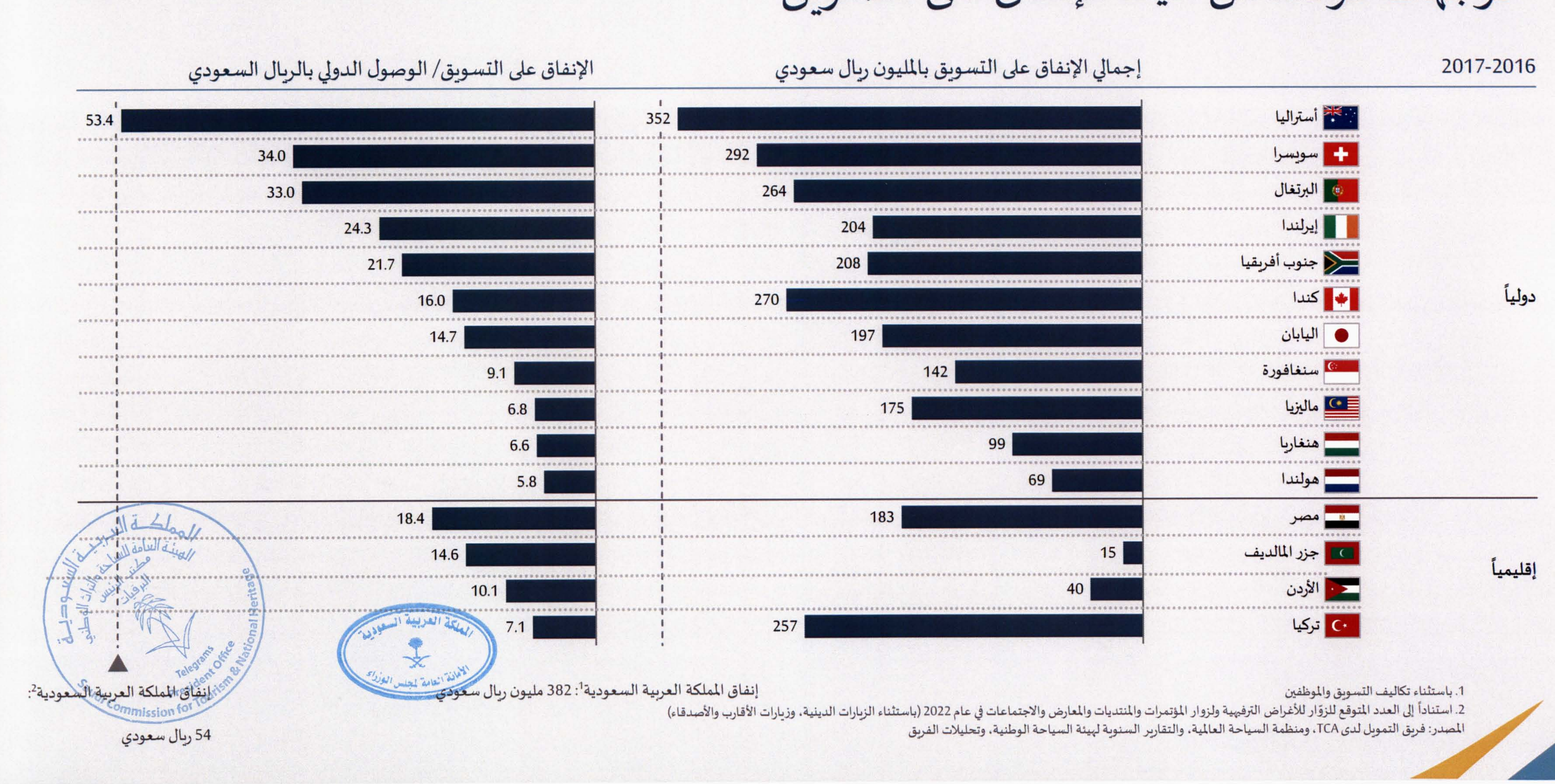











ستُساهم ميزانية الترويج والتواصل في المملكة العربية السعودية في جعل المملكة من بين الوجهات الرائدة من حيث الإنفاق على التسويق



1. باستثناء تكاليف التسويق والموظفين
2. استناداً إلى العدد المتوقع للزوّار للأغراض الترفيهية ولزوار المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات في عام 2022 (باستثناء الزيارات الدينية، وزيارات الأقارب والأصدقاء)

المصدر: فريق التمويل لدى TCA، ومنظمة السياحة العالمية، والتقارير السنوية لهيئة السياحة الوطنية، وتحليلات الفريق



المبادرة الخامسة: تأسيس صندوق لتطوير التواصل الجوي

الوصف

- **تأسيس صندوق لتطوير التواصل الجوي** لتحفيز شركات الطيران على تأسيس مسارات جديدة وتعزيز وتيرة الرحلات الجوية الدولية
- **ستكون شركات الطيران قادرة على تقديم عروض لتشغيل مسارات محددة** ضمن ظروف مواتية
- **سيتم اقتراح مجموعة متنوعة من المحفزات** استناداً إلى احتياجات السوق وشركات الطيران: المنح الثابتة، والانخفاض في الضرائب والرسوم، وتمويل الفجوة الكامنة في القدرة على الاستمرار
- **سيتأتّى التمويل من** المنح الحكومية وضرائب المطارات الجديدة

المتطلبات



- سيتم دعم **26 مساراً ذات عوامل حمولة تتراوح بين 30% و80%**
- **معونة لما يتراوح بين 250 إلى 1,300 دولار لكل مقعد وصولاً إلى عامل حمولة بنسبة تبلغ 80%**
- تصميم **عملية واضحة وعادلة لتقديم العروض**
- **مواءمة المحفزات مع الجهات** (على سبيل المثال: الهيئة العامة للطيران المدني، ووزارة المالية)
- صندوق **لإجراء دراسات القدرة على الاستمرار للمسارات المستهدفة**

375 مليون
ريال سعودي[1]

النتائج

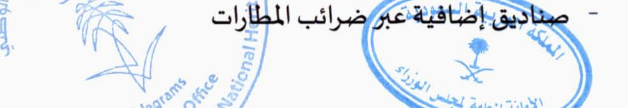




- **دعم 700 ألف مقعد على مستوى 26 مساراً**
- **ربط المملكة بأسواق المصدر الرئيسية** (على سبيل المثال: الصين، واليابان)
- **مساهمة أعلى في الناتج المحلي الإجمالي** (500 مليون ريال سعودي[2])
- **تعزيز التوظيف** بما يتجاوز نطاق الطيران (مضاعف قدره 6.1 للوظائف غير المباشرة)

التوصيات الرئيسية

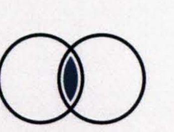
- **ينبغي على الصندوق تقديم مجموعة متنوعة من المحفزات التي تُلبّي مختلف احتياجات شركات الطيران:**
  - المِنَح الثابتة
  - الانخفاض في الضرائب والرسوم
  - تمويل الفجوة الكامنة في القدرة على الاستمرار، وحُزم الدعم
- **ينبغي أن تهدف المحفزات إلى البدء السريع بالمسارات، وألّا تكون معونة دائمة** (أُفق زمني يتراوح بين 2 إلى 5 سنوات)
- **ضمان قدرة المسارات على الاستمرار من الناحية الاقتصادية للحيولة** دون الإغلاق في نهاية فترة المحفز
- **ينبغي أن يتبع الصندوق إلى منظومة وزارة السياحة لمواءمة المحفزات** مع أهداف الاستراتيجية
- **لأغراض التمويل، ينبغي على الصندوق ما يلي:**
  - ينبغي تمويله في بادئ الأمر عبر منحة حكومية
  - صناديق إضافية عبر ضرائب المطارات



1. تكلفة تقديم المعونات للمسارات الثلاثين المطلوبة، إلى جانب عامل حمولة يتراوح بين 30% و80% بتكلفة لكل ميل
2. يُقدّر أن يكون مضاعف الناتج المحلي الإجمالي 3.25 في الإنفاق على الطيران



ثمّة 3 أنواع من المحفزات تُستخدم من جانب صناديق الاتصال الجوي

	 المِنَح الثابتة	 الانخفاض في رسوم المطارات والضرائب المحلية	 تمويل الفجوة في القدرة على الاستمرار/ حُزمة الدعم المالي
الوصف	مبلغ ثابت يُقدّمه الصندوق إلى شركة الطيران العاملة طوال الفترة الزمنية المدعومة	خفض النسبة أو الإعفاء من الضرائب الحكومية/ ضرائب المطارات المحددة (على سبيل المثال: أوقات الهبوط، وضرائب الوقود)	استناداً إلى دراسة جدول أعدّتها شركة الطيران (أو هيئة أقل شيوعاً)، سيُعوّض الصندوق الثغرة لجعل المسار قادراً على الاستمرار من الناحية الاقتصادية[1]
الفترة الزمنية النموذجية	2 إلى 3 سنوات	2 إلى 5 سنوات	2 إلى 5 سنوات
المتطلبات الرئيسية من شركة الطيران	• دراسة جدوى ينبغي على شركة الطيران تقديمها (تُحدد الخطة الرّامية إلى جعل المسار قادراً على الاستمرار على المدى الطويل) • ضمانة لعدد من حالات الدوران على مدار الفترة الزمنية المدعومة • في بعض الحالات: المستوى المطلوب من المعونة اللازمة لتشغيل المسار (يُحدد الصندوق مبلغاً بدلاً من ذلك)		
السياق العام	أسواق أكثر نُضجاً تكون فيها احتياجات شركة الطيران معروفة	شائعة على مستوى الأسواق	سوق أقل نُضجاً، بوجودة شركات طيران قائمة ترغب في تقديم العروض وتشغيل المسارات

1. يتم احتساب ذلك استناداً إلى التكلفة لعدد المقاعد التي سيتم شراؤها بسعر مدعوم (على سبيل المثال: يجب شراء 50% من المقاعد بمبلغ لا يزيد على 300 ريال سعودي في الهند)

المصدر: حكومة المملكة المتحدة، و"بروموتور توريزمو"، و"غوبيرنو دي كاناریاس"، وحكومة الهند، و"بي بي تي"، و"فايننشال تايمز"



تستخدم العديد من الدول آليات تحفيز مختلفة لزيادة الاتصال الجوي

	الدولة	 الهند (2016UDAN,)	 جزر الكناري (2018FDF,)	 المملكة المتحدة (2015DDF,)	 المملكة المتحدة (مطارات المملكة المتحدة، 2019)
	الهدف	تحفيز الطّلب على المطارات الإقليمية	تقديم المحفزات المالية لاستحداث مسارات دولية جديدة	تطوير مسارات دولية من مطارات المملكة المتحدة بوجود أقل من 5 مليون مسافر سنوياً	تعزيز ترابط المسارات المحلية
	الحوافز المُقدّمة	• تمويل الفجوة في القدرة على الاستمرار لما يصل إلى 5 سنوات • خفض رسوم الوقود • انعدام/ انخفاض رسوم المطارات	• تقديم محفزات ثابتة على مدار فترة تصل إلى سنتين (100 ألف - 200 ألف دولار لكل مسار)	• حُزم دعم مالي مخصصة لمدة 3 سنوات	• أوقات مضمونة في لندن هيثرو • خفض ضرائب ورسوم المطارات
	التمويل	75 مليون دولار من ضرائب المطارات (70 دولار/ رحلة)	4 مليون دولار من هيئة السياحة	68 مليون دولار من المنح الحكومية	12 مليون دولار من هيئة المطارات
	الأثر	28 مساراً جديداً	10 مسارات جديدة	19 مساراً جديداً (مسافرون محليون تزيد نسبتهم على 5% في الفترة الممتدّة بين 2015-2018)	4 مسارات جديدة

المصدر: حكومة المملكة المتحدة، و"بروموتور توريزمو"، و"غوبيرنو دي كانارياس"، وحكومة الهند، و"بي بي تي"، و"فايننشال تايمز"



الرؤية الأولى

سيتطلّب 26 مساراً مُحددّا الدعم والمعونة

دولة المصدر	المسار	العدد المتوقع للمسافرين (بالمليون)	رحلات الطيران المطلوبة إلى المملكة العربية السعودية أسبوعياً	عامل الحمولة	الحمولة المستهدفة	إجمالي المقاعد التي يتعيّن دعمها على مدار 4 سنوات	المعونة لكل مقعد[1]	معونة إجمالية على مدار 4 سنوات
أستراليا	سيدني - الرياض/ جدة	0.08	8	%75	%80	27,130	1,112 دولار	30.2 مليون دولار
النمسا	فيينا - الرياض/ جدة	0.02	3	%59	%80	43,161	327 دولار	14.1 مليون دولار
كندا	مونتريال - الرياض/ جدة	0.07	5	%65	%80	51,093	883 دولار	45.1 مليون دولار
الصين	بكين - الرياض/ جدة	0.07	7	%76	%80	37,184	686 دولار	12.8 مليون دولار
الصين	شانغهاي - الرياض/ جدة	0.07	7	%76	%80	37,184	630 دولار	11.7 مليون دولار
جمهورية التشيك	براغ - الرياض/ جدة	0.01	1	%52	%80	19,500	344 دولار	6.7 مليون دولار
فنلندا	هيلسينكي - الرياض/ جدة	0.01	1	%60	%80	14,303	373 دولار	5.3 مليون دولار
فرنسا	باريس - الرياض/ جدة	0.08	8	%77	%80	15,568	407 دولار	6.3 مليون دولار
اليونان	أثينا - الرياض/ جدة	0.01	1	%62	%80	12,446	228 دولار	2.8 مليون دولار
هنغاريا	بودابست - الرياض/ جدة	0.01	1	%44	%80	25,439	306 دولار	7.4 مليون دولار
إيرلندا	دبلن - الرياض/ جدة	0.01	1	%39	%80	28,412	470 دولار	13.4 مليون دولار
إيطاليا	ميلان - الرياض/ جدة	0.06	6	%75	%80	20,574	354 دولار	7.3 مليون دولار
اليابان	طوكيو - الرياض/ جدة	0.03	4	%64	%80	44,797	756 دولار	33.9 مليون دولار
هولندا	أمستردام - الرياض/ جدة	0.01	1	%45	%80	24,304	405 دولار	9.9 مليون دولار
نيوزيلندا	أوكلاند - الرياض/ جدة	0.01	2	%51	%80	40,982	1,299 دولار	53.2 مليون دولار
النرويج	أوسلو - الرياض/ جدة	0.01	2	%41	%80	55,049	417 دولار	23 مليون دولار
بولندا	فارسوفيا - الرياض/ جدة	0.02	2	%77	%80	4,604	326 دولار	1.5 مليون دولار
رومانيا	بوخارست - الرياض/ جدة	0.01	1	%67	%80	9,421	324 دولار	3 مليون دولار
روسيا	موسكو - الرياض/ جدة	0.12	12	%78	%80	18,677	250 دولار	4.7 مليون دولار
سنغافورة	سنغافورة - الرياض/ جدة	0.01	1	%46	%80	23,640	579 دولار	13.7 مليون دولار
كوريا الجنوبية	سيؤول - الرياض/ جدة	0.02	3	%60	%80	40,977	657 دولار	27 مليون دولار
السويد	ستوكهولم - الرياض/ جدة	0.02	3	%58	%80	46,722	387 دولار	18 مليون دولار
سويسرا	زيوريخ - الرياض/ جدة	0.02	3	%63	%80	34,861	365 دولار	12.7 مليون دولار
أوكرانيا	كييف - الرياض/ جدة	0.01	1	%55	%80	17,237	277 دولار	4.7 مليون دولار
الولايات المتحدة الأمريكية	نيويورك - الرياض/ جدة	0.10	10	%77	%80	17,833	915 دولار	16.3 مليون دولار
الولايات المتحدة الأمريكية	واشنطن - الرياض/ جدة	0.09	9	%77	%80	16,049	924 دولار	14.8 مليون دولار

إجمالي حجم
400 مليون دولار الصندوق
100 مليون دولار سنوياً

1. استناداً إلى تكلفة الميل الواحد لتفعيل المسار (تُقدّر بـ 0.14 لشركات الشحن في الشبكة

المصدر: OAG



النظر الى كامل مسيرة السائح

التخطيط

1. الحلم

2. الحجز

3. التحضير

4. الصعود

المغادرة

5. الطيران

الوصول

السفر إلى المملكة العربية السعودية

6. العبور

7. الوصول إلى الفندق

الاستمتاع بالتجارب

8. الاستمتاع بالفنادق والمطاعم والترفيه

الاستمتاع بالملكة

9. التخطيط والتنقل والدفع والتواصل بسهولة

العودة للوطن

التوجه إلى منفذ الخروج لمغادرة المملكة

10. المغادرة

11. الاستراحة

12 الاختتام

مطلوبة في كل مرحلة

- المعلومات
- خدمات المطار
- النقل
- التفاعل
- العروض
- مدونة السلوك المهني

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

مؤشر تجربة الزائر: المنهجية (2/1)

المرحلة الأولى

الاستكشاف

نهج على مستوى المسيرة الكلية لفهم الصورة الكبرى

المرحلة الثانية

القياس

قياس مستوى الأداء لتحديد مجالات التحسين

المرحلة الثالثة

تحديد الأولويات

تحديد نقاط التواصل الأكثر أهمية في مجمل المسيرة



المرحلة الرابعة



التشخيص

مقياس تشخيصي عميق ومتخصص لنقاط التواصل ذات الأولوية عبر مستويات مختلفة

تحديد الوضع الأساسي

التتبع





المبادرة الحادية عشرة: تحديد ودفع عجلة الابتكار في رحلات الزوار

مؤشر تجربة الزائر: المنهجية (2/2)

خطوات المسيرة	التعرف	الاستعداد	الوصول	الإقامة: التخطيط	الإقامة: التجول	الإقامة: تناول الطعام	الإقامة: الفنادق	الإقامة: الأنشطة	الإقامة: أوجه التفاعل	المغادرة	المتابعة، المشاركة
العروض العامة (أمثلة)											
نقاط التواصل (كما هو مقدم في طلب تقديم العروض) مثال	1 الوجهة ومعلومات السفر	2 إجراءات التأشيرة	2 الهجرة 3 النقل	8 منظمو الرحلات والمرشدين السياحيين	3 النقل	5 الأغذية والمشروبات 11 أسعار الخدمات	4 الإقامة	6 المواقع التاريخية والأثرية 7 الترفيه 9 مناطق الجذب السياحي	10 الضيافة في المجتمع المحلّي	النقل الهجرة	مواقع التواصل الاجتماعي، التعقيبات الولاء، التكرار
الأداء، المشاعر، التعقيبات	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، توصية، القيمة	الرضا، النية، التوصية، القيمة
مجالات التحسين	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2 - التحسين المطلوب 3	- التحسين المطلوب 1	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2 - التحسين المطلوب 3	- التحسين المطلوب 1	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2	- التحسين المطلوب 1	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2 - التحسين المطلوب 3	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2
الأولوية	1	3	1	2	2	3	3	1	غير محدد	1	2

البنية التحتية — المعلومات — إمكانية الوصول — الاستمتاع بالتجارب — الضيافة



مؤشر تجربة الزائر: لوحة المراقبة التوضيحية

المدخلات:

- الاستطلاعات
- التسوق غير المعلن – المتسوق الخفي
- مسارات البيانات الأخرى

Voice of Tourist Index	Satisfaction	NPS	Service Delivery	Brand Image
75	50	68	32	92

Excellent (75+)
Good <50-75)
Average <25-50)
Poor (below 25)

Traveller segment		22	OVERALL CSAT	OVERALL Service	Online content CSAT	Online content Service	Offline content CSAT	Offline content Service	Inquiry opportunity CSAT	Inquiry opportunity Service
48	Sun & Sea	13	44	10						
86	Adventure	18	34	12						
23	Culture & Heritage	38	66	26						

Improvement priorities:

1. English guiding content
2. Communication skills of staff
3. Instant help response

Infrastructure · Information · Accessibility · Experience · Hospitality

النتيجة:

- لوحة المراقبة التنفيذية
- إدارة الأداء
- الأداء حسب الشريحة
- مقارنات الجهات المعيارية

تجربة الزوّار

السلوكيات

أسلوب التفكير

القيم

تمثل **الثقافة** مجموعة السلوكيات المشتركة التي تؤثر على تجربة الزائر

و

أسلوب التفكير والقيم الأساسية التي تشكل كيفية عمل الأفراد وتفاعلهم يوميًا

تستند التحولات الثلاثة الرئيسية التي سنركز عليها على قيم رؤية 2030

شريحة توضيحية

التحول في أسلوب التفكير

قيم رؤية 2030	من ...	إلى ...
التحديث والتسامح	"تُمثّل السياحة تهديدًا لثقافتنا"	"هذه فرصة لتعزيز ثقافتنا من خلال تبادلها مع العالم"
التميز والانضباط	"الحكومة لا تساعدني وليس لدى السياح توقعات واقعية"	"يمكنني تحقيق النجاح بتركيز جذري على ما يمكنني السيطرة عليه"
العدالة والشفافية	"ستفيد السياحة القليل من الأفراد، وأنا لست منهم"	"تشكل السياحة فرصة اقتصادية كبرى لنا جميعًا"



تحدد 3 خطوات رئيسية تنفيذ الاستراتيجية للجاهزية المحلية

1 توعية الجمهور...

2 ... وتدريبه ...

الجمهور المستهدف

- الشعب السعودي
- الجهات العامة
- المتعاملون مع السيّاح

- الجهات العامة
- المتعاملون مع السيّاح

3 ... بينما نقوم بإدارة التنفيذ ومراقبته

على هذا النحو ولضمان تحقيق نتائج فعالة، تُنظم الاستراتيجية المحلية نموذج التحول الثقافي

يعزز نموذج التحول الثقافي معدلات النجاح بنسبة 360%

استراتيجية الجاهزية المحلية

1. التوعية
2. التدريب
3. الإدارة والمراقبة

نموذج التحول الثقافي



الفهم والاقتناع
"أعرف ما هو متوقع مني - وأتفق معه، وهذا مفيد بالنسبة لي"

الثقة وبناء المهارات
"أمتلك المهارات والفرص لأتصرف بطريقة جديدة"

الآليات الرسمية
"تجري إزالة الحواجز وسأحصل على المكافآت مقابل إجراء التغييرات التي تُطلب مني"

نمذجة الأدوار
"أرى قادتي وزملائي والأفراد الذين أحترمهم يتصرفون بشكل مختلف"



سيتم تنفيذ الاستراتيجية من خلال قائمة تضم 8 مبادرات

1 توعية الجمهور المستهدف...

1.1 الحملات المحلية
1.2 المقابلات الحكومية
1.3 حملات التوعية الداخلية للشعب

2 ... وتدريبه ...

2.1 منتدى "التعليم العالي"
2.2 التدريب المخصص للجهات الرئيسية
2.3 التدريب على التعامل مع الجمهور

3 ... بينما نقوم بإدارة التنفيذ ومراقبته

3.1 صياغة ثقافة الاستضافة السعودية المنشودة
3.2 مراقبة التقدم المحرز وتنسيق التنفيذ







aberkyn

لضمان تحقيق نتائج فعالة، تغطي الاستراتيجية المحلية جميع عوامل التغيير الثقافي الخمسة

تؤدي تغطية جميع جوانب القصة إلى تعزيز معدل النجاح بنسبة 360%

مجلس الإدارة — الفهم والاقتناع

"أعرف ما هو متوقع مني
- وأتفق معه، وهذا مفيد بالنسبة لي"

ج — الثقة وبناء المهارات

"أمتلك المهارات والفرص لأتصرف بطريقة جديدة"

هـ — الآليات الرسمية

"تجري إزالة الحواجز وسأحصل على المكافآت مقابل إجراء التغييرات التي تُطلب مني"

د — نمذجة الأدوار

"أرى قادتي وزملائي والأفراد الذين أحترمهم يتصرفون بشكل مختلف"

مكتب التكامل

أ — مكتب التكامل

صياغة ثقافة الاستضافة السعودية المنشودة

، ومراقبة التقدم المحرز وتنسيق التنفيذ





سيتم تقسيم عملية التنفيذ بين الاستجابة الفورية والمنهجية قصيرة إلى متوسطة المدى

	بشكل فوري (27 سبتمبر)	المديان القصير-المتوسط (3 سنوات)
التوعية 1	**الشعب السعودي** 1.1 الحملات المحلية 1.2 المقابلات الحكومية	**الشعب السعودي** 1.1 الحملات المحلية 1.2 المقابلات الحكومية
	الجهات الحكومية • المديرية العامة للأمن العام	**الجهات الحكومية** 1.3 حملات التوعية الداخلية للجمهور
التدريب 2	**الجهات الحكومية** 2.1 منتدى "التعليم العالي"	**الجهات الحكومية** 2.2 التدريب المخصص للجهات الرئيسية
	المتعاملون مع السيّاح 2.3 التدريب على التعامل مع الجمهور	**المتعاملون مع السيّاح** 2.3 التدريب على التعامل مع الجمهور
الإدارة والمراقبة 3	3.1 صياغة ثقافة الاستضافة السعودية المنشودة 3.2 مراقبة التقدم المحرز وتنسيق التنفيذ	مكتب التكامل




المبادرة الثانية عشرة: توسيع الاتفاقيات الثنائية للتواصل الجوي

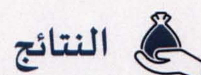
الوصف

- **توسيع الاتفاقيات الثنائية** بالدول المصدر المستهدفة من أجل:
  - تكثيف الحركة الجوية مع الدول المُبرَم معها اتفاقية بالفعل
  - بدء الحركة مع الدول التي لا توجد اتفاقية مُبرمة معها
- إمكانية **تطوير سياسة جوية مفتوحة بالتعاون مع دول مختارة بعناية**
- **الترويج للسياحة السعودية لدى شركات الشحن الوطنية والخارجية** بالتوازي

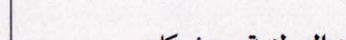
المتطلبات

- إعداد **استراتيجية لحماية شركات الطيران الوطنية** من شركات الشحن الأجنبية منخفضة التكلفة
- تصميم **اتفاقيات ثنائية واضحة وعادلية بالتعاون مع الهيئة العامة للطيران المدني**
- مواءمة الاتفاقيات مع الجهات (على سبيل المثال: وزارة المالية)

النتائج



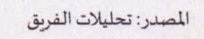
- **1150 رحلة طيران دولية إضافية أسبوعياً** بحلول عام 2022
- **ربط المملكة بأسواق المصدر الرئيسية** (على سبيل المثال: اليابان)
- **تحسين القدرة على تحمل تكاليف الوصول إلى المملكة،** ما يؤدي إلى **زيادة حركة المسافرين**



التوصيات الرئيسية



- إعداد **اتفاقيات ثنائية للترابط الجوي مع دول المصدر الرئيسية التي لا ترتبط مباشرةً بالمملكة العربية السعودية اليوم** (كوريا الجنوبية، واليابان، وكندا، وبولندا)
- **تمديد الاتفاقيات الثنائية مع المراكز الكبيرة في المنطقة** (الإمارات العربية المتحدة - دبي، وسنغافورة، وغيرها) لتحسين إمكانية وصول الزوار الغربيين والآسيويين ذوي الحساسية على صعيد الميزانية (أي: يؤدي التوقف عن السفر في رحلات الطيران الطويلة إلى خفض سعر التذكرة)
- **مُراعاة السياسات الجوية المفتوحة/ تمديد الاتفاقيات الثنائية مع الصين والاتحاد الأوروبي للاستفادة من أكبر سوقي مصدر بحلول عام 2030**، ولتعزيز حركة المسافرين بشكل أكبر عبر استقطاب شركات شحن ميسورة ومتدنية التكلفة تُلائم المسافرين الغربيين ذوي الحساسية من ناحية الميزانية
- علاوةً على إعادة التفاوض بشأن الاتفاقيات الثنائية، **الترويج للسياحة السعودية لدى شركات الشحن الأجنبية** وبناء شراكات مع خطوط جوية مختارة



المصدر: تحليلات الفريق



إيجابيات وسلبيات الاتفاقيات الثنائية وسياسات الجو المفتوح



توسيع الاتفاقيات الثنائية مع دول المصدر المستهدفة

- زيادة تدفقات حركة المسافرين بين الطرفين
- توسيع نطاق وصول شركات الطيران إلى السوق العالمي
- حماية شركات الطيران الوطنية عبر القيود المفروضة على رحلات الطيران وشركات الطيران
- سينخفض متوسط أسعار رحلات الركاب بنسبة 10.3%
- الفرص الوظيفية المتاحة في سلسلة القيمة المطوّلة للنقل الجوي
- إنفاذ المعايير الدولية للحفاظ على أمن الطيران

- أثر قليل على حركة المسافرين مقارنةً باتفاقيات الجو المفتوح
- أثر أقل على متوسط الأسعار مقارنةً باتفاقيات الجو المفتوح

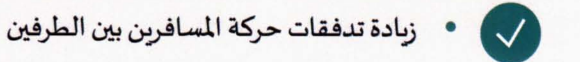


السيناريو المثالي لتحفيز حركة المسافرين عبر زيادة وتيرة رحلات الطيران، تزامناً مع الرقابة على التدفق الداخلي الكلي

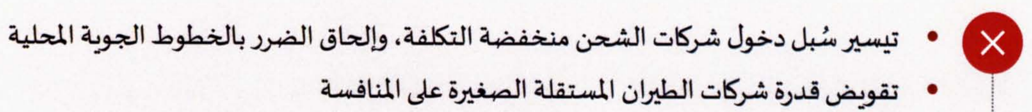
المصدر: البحوث المكتبية، وتحليلات الفريق



إعداد سياسة جوية مفتوحة مع دول مختارة

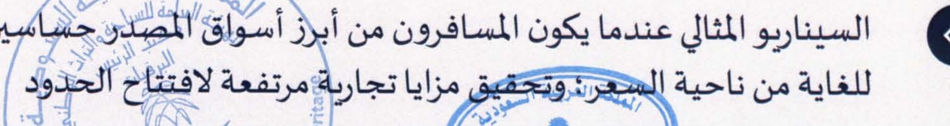


- زيادة تدفقات حركة المسافرين بين الطرفين
- توسيع نطاق وصول شركات الطيران إلى السوق العالمي
- زيادة الحرية عبر خفض القيود المفروضة على التجارة
- خفض تكاليف النقل الجوي بنسبة 9% عبر زيادة المنافسة
- انخفاض متوسط أسعار رحلات المسافرين بنسبة 20.1%



- تيسير سُبل دخول شركات الشحن منخفضة التكلفة، وإلحاق الضرر بالخطوط الجوية المحلية
- تقويض قدرة شركات الطيران المستقلة الصغيرة على المنافسة
- زيادة الممارسات الضارّة من شركات الشحن المتحالفة
- زيادة خط الإفراط في القدرة الاستيعابية للمجال الجوي





السيناريو المثالي عندما يكون المسافرون من أبرز أسواق المصدر حساسين للغاية من ناحية السعر، وتحقيق مزايا تجارية مرتفعة لافتتاح الحدود

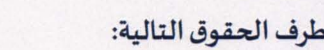
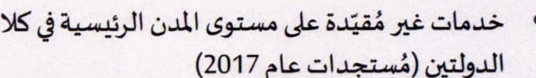
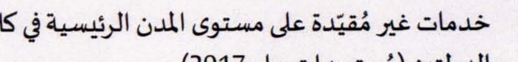
الدول المعيارية: أثر الاتفاقيات الثنائية واتفاقيات الجو المفتوح على حركة المسافرين الجوية في الدول الأخرى



اتفاقية ثنائية بين المملكة المتحدة والهند (2004)

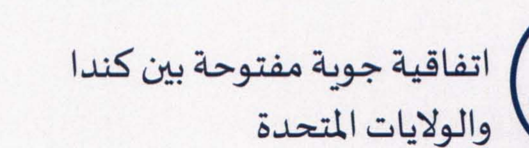
يُمنح كل طرف الحقوق التالية:

- خدمات غير مُقيّدة على مستوى المدن الرئيسية في كلا الدولتين (مُستجدات عام 2017)
- تشغيل رحلات الطيران بأي نوع من أنواع الطائرات
- تشغيل رحلات الطيران ضمن حدود مقاعد معيّنة على مدار فترة زمنية محددة

الأثر المُتحقّق بعد مضي سنتين

- زيادة حركة المسافرين بنسبة 108% مقابل 10% عالمياً
- زيادة الرحلات المباشرة بنسبة 229%
- زيادة عدد شركات الشحن التي تُفتتح في كلا الدولتين بنسبة 67%
- انخفاض متوسط الأسعار بنسبة 17% و8% للمسافرين لأغراض الترفيه ولأغراض الأعمال

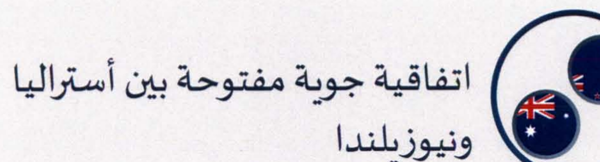
اتفاقية جوية مفتوحة بين كندا والولايات المتحدة

يُمنح كل طرف الحقوق التالية:

- الطيران على مستوى المنطقة دون الهبوط
- التوقف في منطقة لأغراض لا ترتبط بحركة المسافرين
- لم يعد التسعير أحد متطلبات الأسعار

الأثر المُتحقّق بعد مضي سنتين

- زيادة حركة المسافرين بنسبة تصل إلى 146% بين مدن محددة مقابل 11.6% على الصعيد العالمي
- تأسيس 79 مساراً جديداً



اتفاقية جوية مفتوحة بين أستراليا ونيوزيلندا

يُمنح كل طرف الحقوق التالية:

- الطيران على مستوى المنطقة دون الهبوط
- التوقف في منطقة لأغراض لا ترتبط بحركة المسافرين
- خدمات غير مُقيّدة على مستوى كلا الدولتين
- القدرة على تشغيل خدمات شحن مخصصة من أي دولة إلى الدول الأخرى

الأثر المُتحقّق بعد مضي 10 سنوات

- زيادة حركة المسافرين بين أستراليا ونيوزيلندا بنسبة 69% مقابل 54% عالمياً
- زيادة الرحلات المباشرة بنسبة 77%



المصدر: البحوث المكتبية، وقاعدة بيانات الاتحاد الدولي للنقل الجوي (أياتا)

الربط الجوي الدولي: اتفاقيات ثنائية تُتيح إمكانية قدوم جميع زيارات عام 2022 تقريباً إلى المملكة العربية السعودية

الرؤية الأولى

جميع رحلات الطيران أسبوعية

الدولة	إتاحة القدر الأقصى من رحلات الطيران في الاتفاقية الثنائية الحالية	رحلات طيران مجدولة باستثناء الرحلات إلى المطارات الجوية المفتوحة (2019)[1]	رحلات الطيران الاحتياطية المسموح بها لكل اتفاقية	رحلات الطيران الإضافية المطلوبة في عام 2022	ذات جدوى في عام 2022
باكستان	رحلات جوية مفتوحة	151	رحلات جوية مفتوحة	169	✓
الهند	272	134	139	130	✓
مصر	رحلات جوية مفتوحة	430	رحلات جوية مفتوحة	106	✓
إندونيسيا	رحلات جوية مفتوحة	55	رحلات جوية مفتوحة	72	✓
السودان	رحلات جوية مفتوحة	73	رحلات جوية مفتوحة	49	✓
تركيا	240	187	53	43	✓
الإمارات	**564**	**564**	**0**	**42**	✗
العراق	180	11	169	40	✓
المملكة المتحدة	70	32	38	36	✓
بنغلادش	98	43	55	32	✓
الجزائر	**42**	**26**	**16**	**31**	✗
ماليزيا	98	33	65	27	✓
الأردن	رحلات جوية مفتوحة	87	رحلات جوية مفتوحة	23	✓
الولايات المتحدة الأمريكية	رحلات جوية مفتوحة	17	رحلات جوية مفتوحة	21	✓
سيريلانكا	28	16	13	20	✓
أثيوبيا	**28**	**24**	**4**	**20**	✗
الفلبين	42	20	22	19	✓
لبنان	140	62	78	17	✓
المغرب	رحلات جوية مفتوحة	23	رحلات جوية مفتوحة	16	✓
ليبيا	غير مُحدَّد	4	غير مُحدَّد	15	غير مُحدَّد
تونس	رحلات جوية مفتوحة	18	رحلات جوية مفتوحة	14	✓
روسيا	28	1	27	14	✓
ألمانيا	42	24	18	14	✓
نيجيريا	30	1	29	11	✓
الصين	56	7	49	11	✓
الكويت	336	119	217	11	✓
أفغانستان	28	5	23	11	✓
فرنسا	42	13	29	10	✓
سلطنة عُمان	224	96	128	7	✓

تتمتع سريلانكا باتفاقية رحلات جوية مفتوحة مع الدمام - 5 رحلات جوية إضافية إلى الدمام في حال عدم وجود اتفاقية جديدة (20% حالياً إلى مطار الدمام)

تتمتع أثيوبيا باتفاقية رحلات جوية مفتوحة مع مطار الدمام - لكن من غير المرجّح أن يتوجّه الطلب الكلي إلى مطار الدمام (10% الآن فقط)

نحو 700 ألف[2] رحلة معرضة للخطر، في حال إعادة إجراء المفاوضات مع الإمارات العربية المتحدة والجزائر وأثيوبيا

1. باستثناء رحلات الطيران التي يقل عددها عن 26 رحلة طيران سنوياً من مطار المغادرين إلى جدّة أو المدينة المنورة، وباستثناء رحلات الطيران إلى الدمام التي تكون فيها اتفاقية رحلات جوية مفتوحة مع مطار الدمام 2. 361 ألف زيارة في الإمارات العربية المتحدة + 178 ألف زيارة في الجزائر + 141 ألف زيارة في أثيوبيا

المصدر: إدارة التعاون الدولي لدى الهيئة العامة للطيران المدني، وOAG، وتحليلات الفريق



المبادرة الخامسة عشرة: إنشاء محكمة سياحة



الوصف

- تضمن المحكمة السياحية تحقيق العدالة السريعة والإنصاف والشفافية للقضايا المتعلقة بالسياح
- ثمّة ثلاثة نماذج للمحكمة السياحية: المدعي العام، والاستشارة، والوسيط مع المحاكم العليا
- مجال التدخل الذي ينطوي بشكل رئيسي على الجرائم البسيطة والنزاعات النقدية المنخفضة
- تستند خدمات محكمة السياحة ونتائجها النهائية للإجراءات إلى النموذج المعتمد

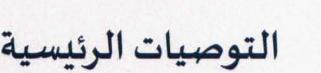
المتطلبات

- **تفويض** من الحكومة لتأسيس محكمة سياحة



النتائج

- **مزيد من الثقة** للسياح الدوليين الذين يُسافرون في المملكة العربية السعودية
- **الصحافة الأقل سوءاً** في دول الوجهة الأخرى



التوصيات الرئيسية



- تأسيس **محكمة سياحية نظراً لتدني التصورات تجاه المملكة العربية السعودية في جودة النظام القانوني**[1] **ولتعزيز السياحة في** الوجهة
- ستكون المحكمة السياحية بمثابة **مدعي عام** في القضايا التي تنطوي على **آثار طفيفة صغيرة ونزاعات نقدية تتراوح بين المستوى المنخفض إلى المتوسط**
- ستُقدّم المحكمة **خدمات شاملة** بدء من الاستشارة القانونية وصولاً إلى الادعاء العام
- **سيخضع** حكم المحكمة **للأنظمة واللوائح المحلية** لتحديد التعويضات والعقوبات من حيث الترحيل والغرامات



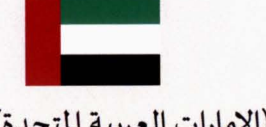


1. تحتل المملكة العربية السعودية المرتبة 78 من أصل 190 دولة وفقاً لمؤشر سيادة القانون لدى البنك الدولي: تُحدد سيادة القانون تصورات مدى ثقة الوكلاء في قوانين المجتمع والالتزام بها، لا سيما جودة إنفاذ العقود وحقوق الملكية والشرطة والمحاكم، فضلاً عن احتمالية ارتكاب الجريمة والعنف

المصدر: تحليلات الفريق، والبيانات الصحفية، والبنك الدولي، والموقع الإلكتروني: The global economy.com، ومنظمة السياحة العالمية



تحتل العديد من الدول التي جرى تقييمها من جانب البنك الدولي مرتبةً متدنيةً في مؤشر سيادة القانون الذي أعدّته المحاكم السياحية

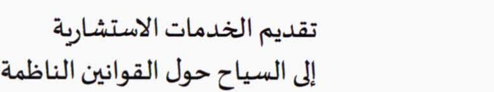
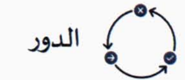
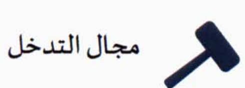
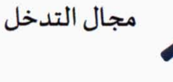
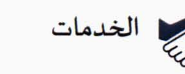
الدولة	الصين	تايلاند 	أبوظبي (الإمارات العربية المتحدة)[3] 
الترتيب القضائي[1]	104	85	41
عدد الزيارات الدولية (بالمليون)[2]	61 (المرتبة العالمية الرابعة)	36 (المرتبة العالمية العاشرة)	23 (المرتبة العالمية السادسة عشرة)
محور تركيز المحاكم السياحية	"يتمثّل هدفنا المنشود في مساعدة السياح على حل مشكلاتهم قبل مغادرة الصين، والترويج للسياحة في الصين"	"تُعد المحاكم السياحية بمثابة خدمة شاملة للسياح الذين يبحثون على العدالة والإنصاف، وتحسين تجربة السائح"	"يُمثّل الانتقال جزءاً من الجهود الرّامية إلى تعزيز القدرة التنافسية الاقتصادية لإمارة أبوظبي باعتبارها وُجهة سياحية مُستدامة"

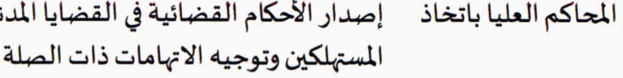
1. استناداً إلى مراتب 193 دولة المقدّمة من جانب البنك الدولي على "مؤشر سيادة القانون": تُحدد سيادة القانون تصورات مدى ثقة الوكلاء في قوانين المجتمع والالتزام بها، لا سيما جودة إنفاذ العقود وحقوق الملكية والشرطة والمحاكم، فضلاً عن احتمالية ارتكاب الجريمة والعنف 2. استناداً إلى المراتب وفقاً لإصدار منظمة السياحة العالمية لعام 2018 - تُمثّل الأرقام حالات الوصول في عام 2017، 3. الترتيب لالإمارات العربية المتحدة باعتبارها إحدى الدول

المصدر: تشاينا دايلي، و"تي إيه تي نيوز"، والخليج تايمز، والبنك الدولي، ومنظمة السياحة العالمي



تمت دراسة محاكم السياحة في الصين، وتايلند وأبوظبي من حيث سلطاتها القضائية والخدمات التي تقدمها

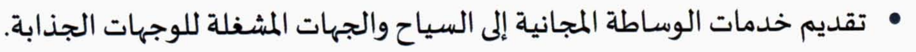
	الصين	تايلاند	أبوظبي (الإمارات العربية المتحدة)
  الدولة	 الصين	 تايلاند	 أبوظبي (الإمارات العربية المتحدة)
  الدور	تقديم الخدمات الاستشارية إلى السياح حول القوانين الناظمة	العمل كوسيط بين السياح والمحاكم العليا	النائب العام
  مجال التدخل	• الإصابات الشخصية والنزاعات على مبالغ مالية صغيرة • المحكمة الشعبية المحلية ضمن سلطة الصين القضائية	• حالات الاحتيال والنزاعات والسرقة لمبالغ مالية صغيرة • السلطة القضائية الإقليمية	• المخالفات البسيطة التي يرتكبها السياح • تعمل ضمن السلطة القضائية لأبوظبي
 الخدمات	• تقديم خدمات الوساطة المجانية إلى السياح والجهات المشغلة للوجهات الجذابة.	• التنسيق بين الشرطة والوسطاء • الملفات والوثائق القانونية	• الملاحقة القضائية التي تُنفذ في مطار أبوظبي
 المخرجات	التواسط في القضايا في حال عدم قيام المحاكم العليا باتخاذ الإجراءات القضائية	إصدار الأحكام القضائية في القضايا المدنية/ التي تخص المستهلكين وتوجيه الاتهامات ذات الصلة	اتخذ القرار حول حكم النيابة وفق القوانين المحلية

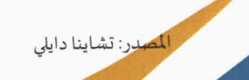
1. وتمثل الإيرادات الموحدة لجميع الشركات التابعة لشركة دناتا (dnata) تحت عنوان "فئة أعمال تقديم خدمات السفر"؛ المصدر: التقارير السنوية، وتقارير الإعلام، والبحوث المكتبية



مثال على المشروع 1: أنشأت المحكمة الشعبية المحلية في الصين محاكم سياحة تعمل بشكل أساسي كوسيط للسياح



الدور	• التواسط بين السياح والجهات المشغلة للوجهات الجذابة في المناطق القضائية المحلية في الصين عن طريق تقديم الاستشارات القانونية • مساعدة السياح في رفع القضايا في حال تعذر الوصول إلى الصلح
مجال التدخل	• العمل ضمن السلطة القضائية للمحاكم الشعبية المحلية في الصين • التواسط بين السياح والجهات المشغلة للوجهات الجذابة حول الإصابات الشخصية والنزاعات على مبالغ مالية صغيرة من أجل تحديد التعويض بدلاً من التنازع
الخدمات	• تقديم خدمات الوساطة المجانية إلى السياح والجهات المشغلة للوجهات الجذابة. • تزويد السائح بفهم مفصل حول القوانين المحلية التي تحكم القضية ومن ثم رفع القضية إلى المحكمة في حال اقتضى الأمر • العمل في مواقع الوجهات الثابتة في المناطق السياحية وعلى شكل محاكم متنقلة مع عدد من الخطوط المساندة بهدف توفير الخدمة
المخرجات	• تُحل القضايا عن طريق التواسط، وفي حال تعذر ذلك فإنه يشكل جزءاً من القناة القانونية التقليدية ويتم اتخاذ القرار في المحاكم العليا وفقاً إلى ذلك







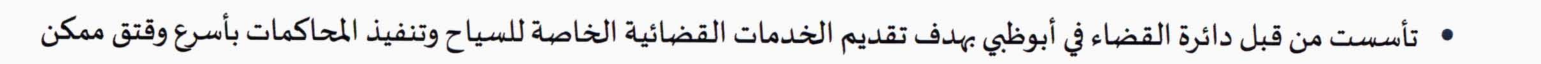


المصدر: تشاينا دايلي



مثال على المشروع 2: تأسست محكمة سياحة خاصة في أبوظبي

الدور

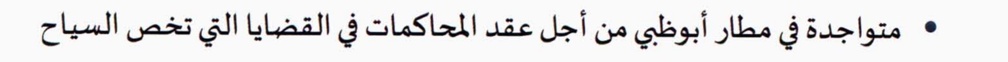


- تأسست من قبل دائرة القضاء في أبوظبي بهدف تقديم الخدمات القضائية الخاصة للسياح وتنفيذ المحاكمات بأسرع وقت ممكن

مجال التدخل

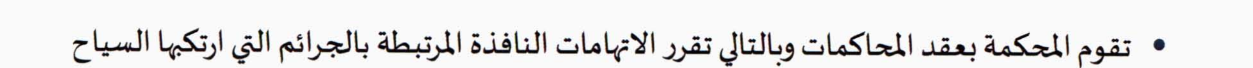
- تعمل المحكمة بصفة مقدم خدمات قضائية ونائب عام للسياح بحيث تتولى قضايا الجرائم والمخالفات التي يرتكبها السياح

الخدمات



- متواجدة في مطار أبوظبي من أجل عقد المحاكمات في القضايا التي تخص السياح

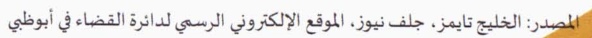
المخرجات



- تقوم المحكمة بعقد المحاكمات وبالتالي تقرر الاتهامات النافذة المرتبطة بالجرائم التي ارتكبها السياح





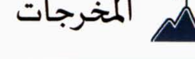


المصدر: الخليج تايمز، جلف نيوز، الموقع الإلكتروني الرسمي لدائرة القضاء في أبوظبي



مثال على المشروع 3: تتواجد محاكم السياحة في وجهات مختلفة في تايلند من أجل إنصاف السياح بشكل سريع

الدور	• تأسست من قبل المكتب القضائي في تايلند، وتتولى محاكم السياحة مسؤولية تقديم خدمات سريعة إلى السياح فيما يخص الممارسات غير المنصفة، ونزاعات السرقة أو الحوادث، بالإضافة إلى ضمان السرعة في إصدار الحكم
مجال التدخل	• تعمل ضمن السلطة القضائية الإقليمية
الخدمات	• يأخذ موظفو المحكمة الأدلة والأقوال من السياح قبل عقد الجلسة ويتم التنسيق مع المترجمين والشرطة والوسطاء • تُقدم المساعدة إلى السياح المصابين في تقديم الشكوى الأولية وفي إجراءات النيابة العامة
المخرجات	• تقدم المحكمة خدمات الوثائق والتنسيق من أجل تيسير إتمام الإجراءات القانونية على السياح في تايلند



المصدر: الخليج تايمز، جلف نيوز، الموقع الإلكتروني الرسمي لدائرة القضاء في أبوظبي

المنهجية: لقد حددنا أكثر من 80 نشاطاً لازماً لتحقيق طموح المملكة حيال السياحة في عام 2022

		العروض	التسويق والمبيعات	اللوائح التنظيمية	الحوكمة
المزايا الفريدة	• جميع غايات السفر • الزيارات الترفيهية • المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات • الزيارات الدينية	15 إجراء	19 إجراء	17 إجراء	3 إجراء
فجوات الإمداد	• الاتصال • المطارات • الإقامة	6 إجراء	غير محددة	1 إجراء	2 إجراء
تخفيف حدة المخاطر	• تخفيف حدة المخاطر	2 إجراء	3 إجراء	4 إجراء	7 إجراء
عوامل التمكين	• عوامل التمكين	3 إجراء			

العروض - المزايا الفريدة (أولاً)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	جميع غايات السفر			
	1. إنشاء شركة وطنية لإدارة الوجهات بنموذج تشغيل وميزانية على الطراز العالمي تيسير تطوير شركة وطنية إعداد منظومة عمل من خلال تيسير دخول الشركات الإقليمية والعالمية لإدارة الوجهات ضمان الشفافية حول عملية توزيع رحلات (شركة إدارة الوجهات) الحج والعمرة وتقديم الدعم في توسع شركات إدارة الوجهات القائمة في مكة من أجل تغطية مناطق أخرى في المملكة (إما بشكل مباشر أو من خلال شركات أخرى لإدارة الوجهات)		500-400 مليون	
	2. إجراء تقييم مفصل للبنية التحتية وجودة الخدمات في المطارات وإطلاق خطة تحسين			
	3. ضمان تمتع جميع المواقع السياحية المختارة بساعات دوام واضحة، وأن تُحدد بعلامات واضحة وثابتة، وأن تتم صيانتها وتنظيفها وتكون آمنة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/ومنظمات السياحة الإقليمية	يحدد لاحقاً	2020
	4. وضع الحد الأدنى لمعايير النقل الأرضي وإنفاذها (بما يشمل جودة المركبات وسلامتها، ونظافتها، والأجرة والعداد، ...)			
	5. إعداد وتشغيل برنامج تدريبي يركز على جودة الخدمات لسيارات الأجرة وموظفي المطار وموظفي الفنادق	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/وزارة العمل		

مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

العروض
التسويق والمبيعات
اللوائح التنظيمية
الحوكمة



العروض - المزايا الفريدة (ثانياً)



نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	الترفيه			
●	6. إنشاء مراكز لخدمة الزوار في الوجهات المختارة المطلوب فيها تقديم الخدمات الأساسية للزوار: • 10 مراكز أساسية لخدمة الزوار تتوفر فيها المعلومات والوثاق والخدمات الكافية (حافة العالم، ومحمية الأيبكس، ومغارة هيت، وذي عين، وميناء العقير، ودومة الجندل، وقلعة زعبل، وصحراء الربع الخالي، والفنون الصخرية في حائل، ومدائن صالح) • مركزان متقدمان لخدمة الزوار (مع معارض تفاعلية) لأفضل موقع يعود إلى ما قبل التاريخ (الفنون الصخرية في حائل) إضافة إلى صناعة الزهور في حائل	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني	100-120 مليون	2021
●	7. تيسير عملية توظيف المرشدين السياحيين متعددي اللغات عبر لوائح تنظيمية خاصة حول التأشيرات	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/وزارة الداخلية		2019
●	8. تطوير برنامج اعتماد وتدريب للمرشدين السياحيين (مع دورات تدريبية في تاريخ المملكة العربية السعودية والضيافة فيها)	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
●	9. تدريب الكفاءات المحلية لتوعيتها ثقافياً وتقديم الخدمات بالمستوى المناسب	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/ومنظمات السياحة الإقليمية		2021

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022 ● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

العروض

التسويق والمبيعات

اللوائح التنظيمية

الحوكمة

العروض - المزايا الفريدة (ثالثاً)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
●	10 حملة لتعزيز وبيان الأثر الإيجابي للسياحة على السكان المحليين (مثلاً في الصحف، والقنوات الإخبارية المحلية والوطنية)	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
●	11. ضمان إتاحة خيارات التنقل البري المتعددة وإمكانية الحصول عليها (مثل سيارات الأجرة، والسائقون الخصوصيون، وتأجير السيارات، والحافلات)، بما يشمل الخيارات الملائمة للمجموعات (مثل حافة النقل المكوكية) عبر الشراكات مع القطاع الخاص والمعونات الحكومية	وزارة النقل		2022
●	12 إعداد مجموعة أنشطة ترفيهية يزيد عددها على 80 (مناسبة للرحلات العائلية ورحلات المغامرة) تكون مكملة للمواقع	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/ومنظمات السياحة الإقليمية	أكثر من 65 مليون	2020
●	13. إيجاد خبرات تقليدية لدى السعوديين حول المواقع الثقافية من خلال التفاعل مع المجتمعات المحلية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
●	14 إعداد وإطلاق حملات التفاعل مع المجتمعات القريبة من المواقع الترفيهية في الوجهات السياحية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/وزارة العمل	غير مُحدَّد	

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة





العروض - المزايا الفريدة (رابعاً)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
●	15. التواصل مع منظمي الرحلات، وشركات إدارة الوجهات ووكلاء السفر في أسواق المصدر: تحديد أبرز المستهدفين من منظمي الرحلات، وشركات إدارة الوجهات ووكلاء السفر المستقلين في أسواق المصدر (بما يشمل منظمي الرحلات المتخصصين في المغامرة والثقافة) التواصل معهم في بلدانهم والمشاركة في الفعاليات التي تتطلب السفر في الأسواق المصدر بهدف الترويج للوجهات السياحية السعودية إقامة الفعاليات التي تتطلب السفر (السوق المادي والمنصات الرقمية) بهدف جلبهم إلى المملكة وتعريفهم على منظمي الرحلات الداخلية في المملكة، وشركات إدارة الوجهات، والفنادق وغيرها... إنشاء منصة إلكترونية بهدف تيسير ربط الشركات المحلية الصغيرة (مثل الشركات المحلية العاملة في إدارة الوجهات، ومزودو الأنشطة، ...) بالمنصات العالمية مثل بوكينغ وإكسبيديا (ومن الأمثلة على ذلك: منصة التبادل السياحي، من فيزيت بريتين) توفير الرحلات التعريفية لأبرز منظمي الرحلات وشركات إدارة الوجهات إلى جانب وكلاء السفر المستقلين في الأسواق المصدر - وتهدف هذه الرحلات إلى تعرفهم بالوجهة بُغية الترويج لها بفعالية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		



● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022
● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

العروض
التسويق والمبيعات
اللوائح التنظيمية
الحوكمة

العروض - فجوة الإمداد (أولاً)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	التواصل			
	16. تأسيس صندوق لتطوير التواصل الجوي بهدف: • تعزيز التواصل الجوي مع دول المصدر حول الرحلات الترفيهية والدينية والاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض بُغية زيادة عدد الزوار • تيسير زيادة الاتصالات الجوية من خلال مجموعة أنشطة: المِنَح الثابتة، وتخفيض الضرائب والرسوم وحزم الدعم المالي	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني	400 مليون	2020
	17. إنشاء مسارات جديدة لتعزيز إمكانية الوصول إلى أفضل 20 سوق مصدر في مجال الترفيه، وذلك إعداداً لمرحلة التجربة (2022 - 2030)	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2022
	المطارات			
	18. تسريع خطة توسعة مطار جدّة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		
	19. ضمان تنفيذ خطط توسعة المطار من أجل التعامل مع العدد المتنامي للمسافرين في المطارات الدولية والمحلية	الهيئة العامة للطيران المدني		2022

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022
● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

العروض - فجوة الإمداد (ثانياً)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	الإقامة			
●	20. تأسيس صندوق/ برنامج لتطوير السياحة برعاية وزارة السياحة لاستقطاب الاستثمار والتحفيز على تطوير منظومة السياحة، وذلك من خلال العديد من آليات التحفيز: • المِنَح الثابتة • تولي مسؤولية تمويل المشاريع • الاستثمارات المشتركة • تخفيض الضرائب • القروض التفضيلية، وضمانات القروض، والشراكات بين القطاعين الحكومي والخاص	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني	15 مليار	إعطاء الأولوية لشريحة الميزانية
●	21. فهم ممارسة التخطيط الاستراتيجي للقوى العاملة من أجل تحديد الفئات الوظيفية المختلفة واحتياجات الموارد البشرية ذات الصلة ومن أجل التوصل إلى التوصيات المهمة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		غير مُحدَّد

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة



التسويق والمبيعات - المزايا الفريدة (أولاً)

الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
جميع غايات السفر			
22. تخصيص ميزانية تسويق وتواصل واضحة للحملات	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني	500	
23. تأسيس شبكة مكاتب دولية في الأسواق ذات الأولوية المصدر تكون جزءاً من الجهة المروجة (جهة تابعة لمنظمة السياحة الوطنية) • تنسيق المشاركة في الفعاليات المحلية التي تتطلب السفر • تقديم الدعم في التنسيق والتفاعل مع منظمي الرحلات المحلية، وشركات إدارة الوجهات ووكلاء السفر • التفاعل والتواصل مع الإعلام المحلي، والجهات المؤثرة، والسلطات المعنية،		يحدد لاحقاً	
24. إعداد الحملات التسويقية بتمويل مشترك مع شركات الطيران من أجل الترويج للمسارات الجديدة إلى المملكة العربية السعودية (شركات النقل الوطنية والأجنبية)		300-200 مليون	
25. تأسيس برنامج لاستقطاب المهنيين في مجال الإعلام والجهات المؤثرة إلى المملكة، مع التركيز على الإعلام المتخصص والمدونين في مجال السفر - ما يزيد على 1000 من الحضور سنوياً		يحدد لاحقاً	
26. التواصل بانفتاح بخصوص العوائق أمام المملكة والتي لا يمكن معالجتها: والأمن في بعض المناطق، وأهمية الدين	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		
27. إعداد برنامج تدريبي ونظام اعتماد لوكلاء السفر - مع التحفيز على اجتياز البرنامج ممن خلال رحلات مجانية تُقدم إلى وكلاء السفر			

مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

العروض | التسويق والمبيعات | اللوائح التنظيمية | الحوكمة

التسويق والمبيعات - المزايا الفريدة (ثانياً)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
🔵	28. تعزيز حضور الفعاليات العالمية التي تتطلب السفر (سوق السفر العالمي الذي يُقام في شهر نوفمبر في لندن، ومعرض السياحة الدولي الذي يُقام في شهر مارس في برلين) - وجلب الجهات الفاعلة المحلية والمسؤولين الحكوميين			
🔵	29. إعداد برنامج تدريبي لشركات إدارة الوجهات المحلية والمؤسسات السياحية/ مقدمي الخدمات			
	الترفيه			
🟠	30. بناء علامة مميزة وإطلاق حملة تواصل حول الوجهات الجاهزة، والشرائح المستهدفة والمزايا الفريدة (مع استثناء المشاريع العملاقة من الترويج للعلامة التجارية على المدى القصير بُغية التخفيف من حدة مخاطر تأخير إطلاق تلك المشاريع)	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني	يحدد لاحقاً	2020
🟠	31. إقامة الشراكات مع أبرز مواقع الحجز الإلكترونية (مثل إكسبيديا، وتريب أدفايزر) بهدف الترويج لمنتجات المملكة السياحية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
🟠	32. إعداد ملحقات الرحلات بالتعاون مع منظمي رحلات الترفيه في الإمارات العربية المتحدة (كجزء من التعاون السياحي بين السعودية والإمارات)	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
🔵	33. دمج المزايا الإيجابية للمملكة في إبراز العلامة المميزة والتواصل: الشعور بالمغامرة/ والتحدي/ والتميز، والتطلع إلى خوض تجربة جديدة/ وغريبة/ وحماسية/ ومشمسة ودافئة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
🔵	34. التواصل بخصوص سلامة المواقع/ المدن	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
🔵	35. الاستفادة من القادمين الأوائل مثل السفراء في تعزيز العلامة المميزة للوجهات في المملكة العربية السعودية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020

🟠 مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

🔵 مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة



العروض

التسويق والمبيعات

اللوائح التنظيمية

الحوكمة

التسويق والمبيعات - المزايا الفريدة (ثالثاً)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
●	36. إنشاء منصة إلكترونية سياحية شاملة للمملكة العربية السعودية لتعريف السياح بمنتجات المملكة السياحية والحجز بسهولة في الفنادق، والأنشطة والرحلات	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/وزارة الإسكان		2020
	المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات			
●	37. تحسين الحزم لزوار الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض من خلال إقامة الشراكات مع منظمي الرحلات	يحدد لاحقاً		2020
●	38. إعداد رحلات وحزم الترفيه بغرض العمل بالتعاون مع شركات إدارة الوجهات السياحية في المملكة (وبشكل أساسي حول الأنشطة مثل الرحلات والفنادق التي يتم حجزها من خلال أصحاب العمل)	يحدد لاحقاً		2020
	السياحة الدينية			
●	39. تحسين الحُزم المقدمة للحجاج والمعتمرين عن طريق إقامة الشراكات مع منظمي الرحلات	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/وزارة الإسكان		2020
●	40. إعداد رحلات وحزم الحج والعمرة بالتعاون مع شركات إدارة الوجهات السياحية في المملكة	يحدد لاحقاً		2020





● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

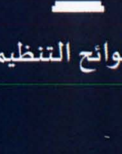
اللوائح التنظيمية - المزايا الفريدة (أولاً)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	جميع غايات السفر			
●	41. توسيع نطاق الاتفاقيات الثنائية للتواصل الجوي مع الدول المصدر المستهدفة والترويج لطموح المملكة السياحي لدى شركات النقل الوطنية والأجنبية بهدف إضافة نحو 1100 رحلة في الأسبوع بحلول عام 2022	الهيئة العامة للطيران المدني		
●	42. تحسين جودة الخدمة في الفنادق (وتحديداً فنادق الأعمال الكبرى والترفيه الفاخر) من خلال تطبيق سياسة تصنيف وتفتيش موحدة وأكثر صرامة للفنادق وشركات السياحة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2019
●	43. تحسين نوعية الخدمة الضريبية (إتقان اللغة الإنجليزية، والنظافة، وشفافية الأسعار، وغير ذلك) من خلال تنظيم المعايير	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
	الترفيه			
●	44. تمديد قائمة التأشيرات بحيث تتجاوز الدول المؤهلة 51 دولة في مشروع إطلاق التأشيرات وتشمل دول الشرق الأوسط (وتُعطى الأولوية إلى: مصر، ولبنان، والأردن، وتركيا)	وزارة الداخلية		2020
●	45. إعداد إطار تشريعي شامل للأنشطة السياحية الأساسية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		
●	46. ضمان كفاءة المرشدين السياحيين متعددي اللغات من خلال معايير تنظيمية عالية الجودة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
●	47. التسريع في إلغاء لوائح الأعراف الاجتماعية فيما يخص عدم المساواة بين الجنسين، ومشاركة الغرف	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/ومنظمات السياحة الإقليمية		

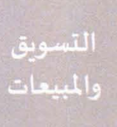
● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

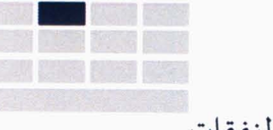
● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة











اللوائح التنظيمية - المزايا الفريدة (ثانياً)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	48. إعداد اللوائح التنظيمية حول أنشطة السياح الرئيسية، لاسيّما ما يخص أنشطة المغامرة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2019
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	49. إعداد اللوائح التنظيمية لنقل السياح البحري (سفن الرحلات البحرية، والقوارب المستأجرة، وقوارب الرحلات)	الهيئة العامة للنقل		2020
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	50. إعداد اللوائح التنظيمية لمراكز المعلومات	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	51. إعداد اللوائح التنظيمية للحرف اليدوية	وزارة الثقافة		2020
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	52. نقل نطاق العمل المعني بأنظمة الأصول الثقافية إلى وزارة الثقافة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	53. مراجعة اللوائح التنظيمية المعنية بمنظمي الرحلات ووكلاء السفر من أجل تحديث معايير الجودة وتحسين تجربة الزوار	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2019
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	54. مراجعة اللوائح التنظيمية المعنية بمتاجر التجزئة (الطعام والشراب، والتسوق، وغير ذلك) من أجل تحديث معايير الجودة وتحسين تجربة الزوار	وزارة الشؤون البلدية والقروية		2020
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	55. تأسيس متجر شامل لتأهيل أماكن الإقامة السياحية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2019
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	56. وضع آلية صارمة لإنفاذ الأنظمة تخص المرشدين السياحيين	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2019
مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة	57. وضع وإنفاذ معايير الجودة وشهادة التميز لقطاع الضيافة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020

مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

العروض
التسويق والمبيعات
اللوائح التنظيمية
الحوكمة

الحوكمة | اللوائح التنظيمية | التسويق والمبيعات | العروض

اللوائح - فجوة العرض

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
●	الإقامة			
	58. إصدار تشريع لصالح موقع إير بي إن بي والشقق المفروشة (سهولة التفويض والاستغلال، والضريبة، وغيرها)	وزارة الداخلية/وزارة الإسكان		غير مُحدَّد



● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة



يعتبر اثنان من 3 أعراف اجتماعية عوائق أمام السيّاح ويجب معالجتها من خلال اللوائح المحدثة
نسبة المستجيبين الذين يؤثر العامل تأثيراً مرتفعاً أو متوسطاً على استعدادهم لزيارة المملكة لقضاء العطل
التحديثات التنظيمية المطلوبة
لا يتمتع الرجال والسيدات بنفس الحقوق
%72
اعتماد القوانين محايدة الجنس للسياح في مختلف المناطق
تنظيم قواعد ارتداء الملابس
%67
لا داعي للتحديث: خففت المملكة القوانين التي تفرض على النساء إلزامية ارتداء العباية. وقدمت أشكالاً بديلة للملابس المحتشمة، تماشياً مع المعايير الغربية
يكتسب الدين أهمية كبرى
57 %
العائق غير القابل للمعالجة
لا يمكن للأفراد غير المتزوجين اقتسام الغرفة نفسها
49 %
تخفيف القيود المفروضة على اقتسام الغرف من قبل الجنسين بالنسبة للسياح
حظر المشروبات الكحولية
%45
العائق غير القابل للمعالجة
المقامرة ممنوعة
%21
العائق غير القابل للمعالجة
العوائق المعالجة
العوائق القابلة للمعالجة
العوائق غير القابلة للمعالجة
المصدر: استطلاع العميل السياحي؛ وتحليلات الفريق



العروض

التسويق والمبيعات

اللوائح التنظيمية

الحوكمة

الحوكمة - المزايا الفريدة

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	حوكمة القطاع			
●	59. تنفيذ حوكمة قطاع السياحة الجديدة *(إنشاء جهتين جديدتين: وزارة السياحة والجهة الوطنية المروجة للسياحة)*	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		
	الترفيه			
●	60. إنشاء محكمة خاصة بالسياحة تُعنى بالمخالفات السياحية			
●	61. التواصل مع المشاريع العملاقة لضمان أن المنتجات السياحية قصيرة الأجل القريبة من المشاريع العملاقة (الإقامة، الأنشطة، مراكز الخدمات) تتماشى أو تكمل الخطط الرئيسية لهذه المشاريع	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

الحوكمة - فجوة الإمداد

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	التواصل			
● (أزرق)	62. إنشاء منصة لمراقبة تطور الاتصال وزيادة الطاقة الاستيعابية للمطار	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		غير مُحدَّد
	الإقامة			
● (برتقالي)	63. وضع منصة لمناقشة بناء مساكن مؤقتة/ دائمة مع المشاريع العملاقة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		غير مُحدَّد

● (برتقالي) مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

● (أزرق) مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

العروض

التسويق والمبيعات

اللوائح التنظيمية

الحوكمة

المنتج - تخفيف حدة المخاطر

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	التغيرات في سلوك المستهلك			
●	64. تكييف تدريجي لعروض المملكة مع توجهات السفر المتنامية، وخاصة توجهات السفر الألفية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2019
	حوادث الأمن والسلامة			
●	65. تنفيذ برنامج سفر آمن لجميع السياح من أجل الأزمات الطبية والأمنية، بما في ذلك عمليات الإجلاء الجماعي إلى مسقط الرأس بسبب الكوارث الطبيعية والإرهاب وأسباب أخرى	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة الداخلية، ووزارة الدفاع		2019

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

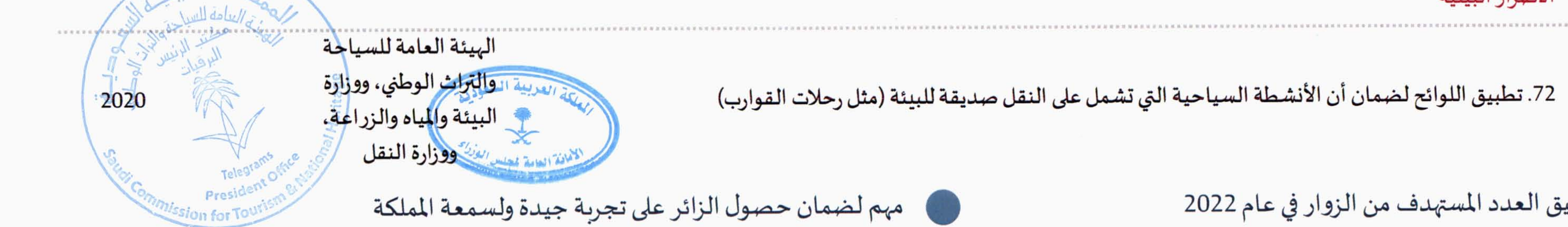
● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

التسويق والمبيعات - تخفيف حدّة المخاطر

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	ردود الفعل الثقافية			
	66. إضفاء الصفة الاحترافية وتشجيع السفر والسياحة كمسار للتطور المهني في المملكة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة الخدمة المدنية، ووزارة العمل		2020
	استقطاب ضعيف للشركاء والمواهب			
	67. تقديم برامج التعليم والاتصال لتثقيف السياح والمحليين حول مدونة السلوك المشتركة والتفاعل الاجتماعي	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة الثقافة		2020
	الركود الاقتصادي			
	68. إعداد خطة ترويج قصيرة الأجل، بناء على المواقع الجاهزة والعروض المتاحة على الفور	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2019

مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة



اللوائح - تخفيف حدة المخاطر

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	الافتقار إلى التمويل			
●	69. وضع إطار الاستثمارات المتاح على العلن بناء على قوانين واضحة والذي تنظمه هيئة السياحة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، والهيئة العامة للاستثمار		2019
	استقطاب ضعيف للشركاء والمواهب			
●	70. معالجة المشكلات الحالية في النظام القانوني والنظام القضائي الحالي الذي ينظم المشاريع المشتركة، أي استبعاد طرق التمويل بخلاف التمويل الإسلامي؛ والاستخدام المحظور للعقود المشتقة؛ لا يوجد ضمان فعال على الأصول المستقبلية	الهيئة العامة للاستثمار		2020
	ضعف التصميم والتأخر في البناء والتشييد			
●	71. وضع لوائح واضحة وإطار قانوني ينظم عقود الإنشاءات المرتبطة بالسياحة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة الإسكان		2019
	الأضرار البيئية			
●	72. تطبيق اللوائح لضمان أن الأنشطة السياحية التي تشمل على النقل صديقة للبيئة (مثل رحلات القوارب)	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة البيئة والمياه والزراعة، ووزارة النقل		2020

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

الحوكمة - تخفيف حدة المخاطر (1)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	الافتقار إلى التمويل			
● (برتقالي)	73. وضع إطار عمل لمراقبة القدرات المالية للشركات الأم، والمستثمرين والمقاولين الأجانب	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، والهيئة العامة للاستثمار		2019
	حوادث الأمن والسلامة			
● (أزرق)	74. وضع مبادئ خطة الاتصال أثناء الأزمات، خاصة الموارد البشرية والمالية والتقنية اللازمة.	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة الداخلية	-	2019
	ردود الفعل الثقافية			
● (أزرق)	75. إنشاء محكمة خاصة بالسياحة تُعنى بالمخالفات السياحية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة العدل		2019

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022



● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة

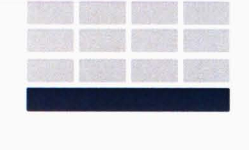
العروض
التسويق والمبيعات
اللوائح التنظيمية
الحوكمة

الحوكمة - تخفيف حدة المخاطر (2)

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
	عدم تلبية توقّعات الزوار			
●	76. زيادة مستوى تطبيق معايير الجودة في المملكة من خلال عمليات التفتيش المهنية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2019
●	77. تأسيس معهد التدريب على السياحة والضيافة في المملكة من أجل: • تعزيز تطوير القوة العاملة المحلية • الإشراف على هيئات التدريب السياحي المحلية والمدارس المهنية وتدريب الأدلاء السياحيين • تسهيل استيراد رأس المال البشري لتغطية القدرات المطلوبة على المدى القصير ودعم تطوير المواهب المحلية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة التعليم، ووزارة الخدمة المدنية	يحدد لاحقاً	2019
	الأضرار البيئية			
●	78. إنشاء أنظمة الإدارة البيئية لزيادة الامتثال والحد من الأضرار البيئية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة البيئة والمياه والزراعة		2020
●	79. تنفيذ معايير السياحة المستدامة، وتقديم برامج شهادات الاستدامة لشركات السياحة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ووزارة البيئة والمياه والزراعة		2020

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022

● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة



عوامل التمكين

نوع النشاط	الإجراءات	الجهات المسؤولة	النفقات الرأسمالية بالريال السعودي	مطلوب بحلول
●	80. توحيد مصادر البيانات المستخدمة لإجراء الإحصائيات السياحية ومواءمة التعريفات/المنهجيات مع المعايير الدولية	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2019
●	81. تشجيع الشراكات بين القطاعين الحكومي والخاص في الإقامة، والأنشطة، والتنقل، ورأس المال البشري، والتمويل والاستثمارات، والتقنيات، والاستدامة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني		2020
●	82. تطبيق نظام تتبع قائم على بطاقة SIM لحساب عدد السياح في المملكة	الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني/وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات/شركة الاتصالات السعودية		2021

● مهم لتحقيق العدد المستهدف من الزوار في عام 2022
● مهم لضمان حصول الزائر على تجربة جيدة ولسمعة المملكة



أهداف اجتماع اليوم

طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

- الوجهات الجاهزة
- الفئات المستهدفة من 2019-2022
- أعداد الزوار والأثر الاجتماعي والاقتصادي
- المبادرات حتى عام 2022
- **مخاطر الاستراتيجية**

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

ملخص النتائج والمتطلبات







حُدّدت 7 مخاطر استراتيجية لتحقيق استراتيجية عام 2022

1 يجري تخفيف حدّة المخاطر تحت رقابة هيئة السياحة ضمن الاستراتيجية

المخاطر بالنسبة للمملكة	إجراءات الحد من المخاطر
إشراك القطاع الخاص • محدودية جذب القطاع الخاص، ما يؤدي إلى ارتفاع مستوى التمويل المطلوب من القطاع الحكومي	• إنشاء صندوق/برنامج لتطوير السياحة لجذب صناديق التمويل الخاصة • إعداد إطار قانوني للاستثمار متاح للجمهور بناءً على قوانين واضحة
التصورات الثقافية • عدم تعود السكان المحليين على الاختلاط بثقافات خارجية بشكل كبير	• إطلاق البرامج لتشجيع قطاع السياحة بين سكان المملكة
الأضرار البيئية • تدمير الشعب المرجانية في البحر الأحمر (جرّاء الإنشاءات والأنشطة السياحية) • التلوث الناجم عن السياحة نظراً لشبكة النقل الموسعة	• دعم اعتماد التقنيات والعمليات الصديقة للبيئة • تقديم برامج شهادات الاستدامة لشركات السياحة • تنظيم أنشطة الترفيه التي تشرك وسائط النقل عبر التصاريح والرخص
عدم تلبية توقّعات الزوار • عدم تلبية معايير الجودة (على سبيل المثال: الافتقار إلى موظفي فنادق وأدلّة سياحيين مَهَرة) • المبالغة في الترويج للعلامة التجارية والتواصل بخصوص المواقع	• تحسين جودة الخدمة من خلال تطبيق سياسة تصنيف وتفتيش موحدة وأكثر صرامة للفنادق وشركات السياحة • الترويج فقط للمواقع والأصول المصطنعة الجاهزة للزوار
ضعف التصميم والتأخر في البناء والتشييد • تقديم بنية تحتية ضعيفة، نظراً لضعف التصميم والبناء والتشييد • الإخفاق في تنفيذ المشاريع العملاقة والأصول السياحية الأخرى في الوقت المحدد	• وضع اللوائح/ الإطار القانوني الذي يضبط عقود البناء والتشييد • إشراك الشركات ذات السمعة العالمية والسجل الحافل في التنفيذ في الوقت المحدد

2 المخاطر الخارجية

المخاطر بالنسبة للمملكة	الأثر المحتمل
حوادث السلامة والأمن • السياح مترددون/ غير قادرين على الزيارة بسبب المخاوف الأمنية الإقليمية	• الأثر السلبي على التصور الدولي للمملكة والرغبة في السفر إليها
الانكماش الاقتصادي • تقلُّب العملات الأجنبية، ما يؤدي إلى نقص أعداد السياح من المملكة العربية السعودية • الانكماش الاقتصادي، مما يكبح الاستثمار الأجنبي المباشر ويترك المشاريع غير منجزة	• أثر مرتفع نسبياً على الزوّار المحليين • أثر أقل على الزوّار الدوليين (إذ ينصب التركيز على الفئات ذات الإنفاق الأعلى)

دراسة حالة: روسالكا، فيتنام - هُجر المنتجع بسبب نقص الأموال

السياق العام

المعلومات الأساسية:

- 2000: الترخيص المقدم للمطور العقاري للاستثمار في مشروع منتجع شاطئي مقابل 15 مليون دولار
- 2005: تواجه الشركة الاستثمارية مشاكل داخلية وتسحب أموالها



الآثار المترتبة:

- 2013: ترك المستثمرون الأراضي مهجورة بقدر ضئيل أو معدوم الإنشاءات

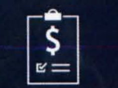


ما هي جوانب الفشل؟

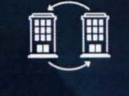
أسباب الفشل الرئيسية:

1. ضعف مراقبة الملاءة المالية للمستثمرين
2. غياب الإشراف على تطوير المشاريع
3. عدم وضوح الإطار القانوني الذي يحكم أعمال الإنشاءات في فيتنام
4. فشلت السلطات في إجبار المستثمر على إنهاء عمله

الدروس/مقومات التخفيف



إعداد إطار قانوني للاستثمار متاح للجمهور بناءً على قوانين واضحة



مراقبة القدرات المالية للشركات الشريكة

ضمان وجود بنية تحتية أساسية عالية الجودة للشركات الأجنبية لدخول السوق

يعتبر اثنان من 3 أعراف اجتماعية عوائق أمام السيّاح ويجب معالجتها من خلال اللوائح المحدثة

نسبة المستجيبين الذين يؤثر العامل تأثيراً مرتفعاً أو متوسطاً على استعدادهم لزيارة المملكة لقضاء العطل

العامل	النسبة	التحديثات التنظيمية المطلوبة
لا يتمتع الرجال والسيدات بنفس الحقوق	%72	تسريع اعتماد القوانين محايدة الجنس للسياح غير السعوديين في مختلف المناطق
تنظيم قواعد ارتداء الملابس	%67	*لا داعي للتحديث: خففت المملكة القوانين التي تفرض على النساء إلزامية ارتداء العباية، وقدمت أشكالاً بديلة للملابس المحتشمة، تماشياً مع المعايير الغربية*
يكتسب الدين أهمية كبرى	57 %	*العائق غير القابل للمعالجة*
لا يمكن للأفراد غير المتزوجين اقتسام الغرفة نفسها	49 %	تخفيف القيود المفروضة على اقتسام الغرف من قبل الجنسين بالنسبة لغير السعوديين في مواقع وفنادق سياحية مختارة
حظر المشروبات الكحولية	%45	*العائق غير القابل للمعالجة*
المقامرة ممنوعة	%21	*العائق غير القابل للمعالجة*

العوائق المعالجة — العوائق القابلة للمعالجة — العوائق غير القابلة للمعالجة

المصدر: استطلاع العميل السياحي؛ وتحليلات الفريق

دراسة حالة: خليج ها لونج ، فيتنام - مثال على تدمير الطبيعة بفعل السياحة

السياق العام

المعلومات الأساسية:

- مُدرج على قائمة التراث العالمي لدى اليونيسكو
- تنمو حركة السياحة بوتيرة سريعة



- سوء التصرف إزاء التلوث السياحي وانسكابات الكيماويات والفحم من الحمل الزائد للقوارب والتلوث الضوئي في الكهوف الطبيعية

الآثار المترتبة: الكوارث البيئية

- تضرر 96% من الشعاب المرجانية في فيتنام بشدة من السياحة والتلوث
- يواجه 75% منها انقراضاً بينما يعتمد 20 مليون شخص على هذه المنظومة للعيش



ما هي جوانب الفشل؟

"شهدت الوجهات الشاطئية الرئيسية تطوراً سريعاً في الفنادق مع قليل من الاهتمام بالقيم الطبيعية أو التراثية" - مارك بوير[1]

أسباب الفشل الرئيسية

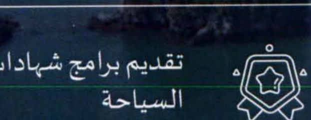
1. **ضعف إدارة التوازن** بين التنمية الاقتصادية والحماية البيئية
2. **لا يوجد تخطيط** لمواجهة تدفقات السياح المتصاعدة
3. **محدودية اللوائح المفروضة على النشاط السياحي** في الماضي
4. **غياب الرقابة وإنفاذ القانون** في الخليج

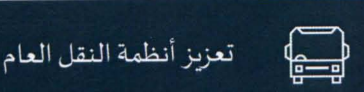
الدروس/مقومات التخفيف


إنشاء أنظمة الإدارة البيئية


تنظيم أنشطة الترفيه التي تُسخر وسائط النقل عبر التصاريح والرخص

دعم اعتماد التقنيات والعمليات الصديقة للبيئة


تقديم برامج شهادات الاستدامة لشركات السياحة


تعزيز أنظمة النقل العام

تطوير أنشطة منخفضة الكربون

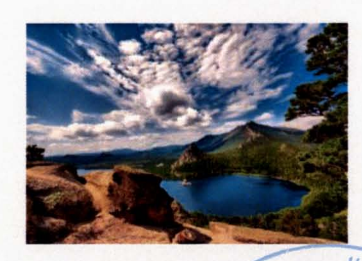
1. محرر موقع سفر جنوب شرق آسيا رستي كومباس

دراسة حالة: بوروفو، كازاخستان - فشل الوجهة بسبب عدم الوفاء بتوقعات الزوار

السياق العام

المعلومات الأساسية:

- تعتبر بوروفو منطقة منتجعية تضم الغابات والبحيرات والتلال في شمال البلاد
- انخفاض جذب السياح بسبب **سوء الخدمة وارتفاع الأسعار**



الآثار المترتبة:

- **يفضل 70% من الكازاخستانيين قضاء عطلة في الخارج**
- لا تزال السياحة في كازاخستان قطاعاً غير متطور بصورة مزمنة، على الرغم من إمكانات البلاد الغنية



ما هي جوانب الفشل؟

"لا يتمتع السياح بالحماية الكافية هنا. تتمثل المشكلة الرئيسية في الافتقار إلى الموظفين المؤهلين والأموال." - أباي كوزمزاروف[1]

أسباب الفشل الرئيسية:

1. الافتقار إلى الجاذبية للمواهب الأجنبية
2. ضعف الخدمة وأماكن الإقامة الواسعة بشكل مفرط
3. نقص العمالة الماهرة في قطاع الضيافة
4. أنشطة الترفيه غير المطورة كما يجب
5. ضعف البنية التحتية لتعزيز السياحة في المنطقة

الدروس/مقومات التخفيف



استحداث هيئات التدريب السياحي المحلية والمدارس المهنية وتدريب الأدلاء السياحيين



دعم المؤسسات والشركات السياحية في تقديم التدريب والتلمذة



تزويد الشركات الصغيرة التي تتعامل مع العملاء بوصول سهل لدورات الضيافة



تقديم منح دراسية جامعية للتدريب اللغوي على تقنيات الضيافة بالخارج



تقديم شهادات التميز لشركات الضيافة

1. رئيس قسم في لجنة قطاع السفر في كازاخستان

دراسة حالة: مطار برلين براندنبورغ - مثال على فشل تنفيذ المشروع

السياق العام

الفعاليات الرئيسية:

- **2006:** بدء بناء المطار
- **2011:** حدوث أول تأخير في الإنشاءات
- **يونيو 2012:** إلغاء الافتتاح الكبير بسبب عيوب في التصميم
- **2017-2013:** مشاكل في الحوكمة والتنظيم أدت إلى زيادة تأخير المشروع
- **أكتوبر 2020:** أحدث تاريخ للافتتاح الرسمي

الآثار المترتبة:

- أدت **أضرار السمعة** إلى تحديات في جذب المستأجرين/ الشركاء
- **تجاوز النفقات الرأسمالية بأكثر من 5 مليار يورو** (تقديرات عام 2006 عند 2.83 مليار يورو مقابل 7.9 مليار يورو للإنجاز)

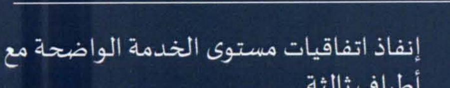


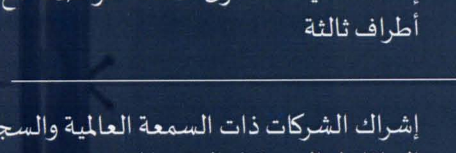
ما هي جوانب الفشل؟

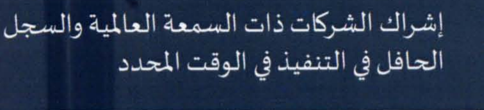
أسباب الفشل الرئيسية:

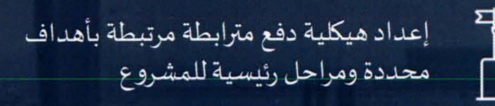
1. **أدى سوء التخطيط** إلى فشل العمليات في الإنشاءات
2. **النطاق المتغير** للتصميم أثناء الإنشاءات
3. **عدم كفاية مراقبة الجودة** (على سبيل المثال، هنالك 4,000 باب مُرقَّم بشكل غير صحيح)
4. أدت **عدم كفاية مراقبة التكاليف** إلى زيادة كبيرة في النفقات الرأسمالية
5. **نقص الخبرة** على مستويات صنع القرارات

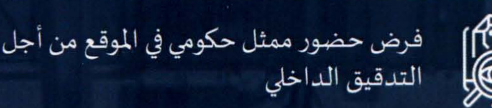
الدروس/مقومات التخفيف

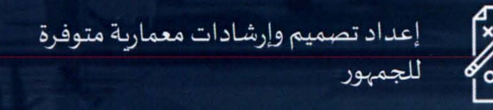

وضع لوائح واضحة وإطار قانوني ينظم عقود الإنشاءات في المملكة


إنفاذ اتفاقيات مستوى الخدمة الواضحة مع أطراف ثالثة


إشراك الشركات ذات السمعة العالمية والسجل الحافل في التنفيذ في الوقت المحدد


إعداد هيكلية دفع مترابطة مرتبطة بأهداف محددة ومراحل رئيسية للمشروع


فرض حضور ممثل حكومي في الموقع من أجل التدقيق الداخلي


إعداد تصميم وإرشادات معمارية متوفرة للجمهور

1. خبير ومؤلف ألماني في مجال الطيران المدني

دراسة حالة: تونس - وجهة متأثرة بالتطورات السياسية

السياق العام

الفعاليات الرئيسية:

- شكلت السياحة قبل عام 2010 أكبر صاحب عمل ومساهم في العملات الأجنبية في تونس
- **2011-2010 أشعلت الانتفاضات الاجتماعية والركود** السياسي الربيع العربي
- **2015: الهجوم الإرهابي** على متحف باردو
- **2015: الهجوم الإرهابي** على شاطئ سوسة







- شهدت تونس انخفاضاً هائلاً في عدد القادمين، مع انخفاض بنسبة 12% بين أعوام 2010 و2014 و25.2% أخرى من 2015 إلى 2016



ما هي جوانب الفشل؟

أسباب الفشل الرئيسية:

1. عدم وجود استراتيجية للتخفيف والتخطيط قبل الأزمات
2. عدم القدرة على تغيير تصورات السياح عن تونس كبلد غير آمن
3. الفشل في جذب الأسواق الأقل حساسية (على سبيل المثال، فشلت تونس في جذب السياح بسرعة من الأسواق المجاورة الأقل حساسية للتعويض عن فقدان السياح الغربيين)

الدروس/مقومات التخفيف



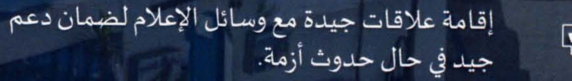
وضع خطة لإدارة الأزمات السياحية تتكامل مع التخطيط استعداداً للكوارث على المستوى الوطني في وزارة الداخلية



إنشاء فريق إدارة الأزمات السياحية ضمن الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني مسؤول عن تنفيذ خطة إدارة الأزمات السياحية

ضمان الوعي بالمخاطر والتخطيط لإدارة الأزمات من قبل الشركات الفردية - الفنادق وجميع الأعمال المرتبطة بالسياحة

إقامة علاقات جيدة مع وسائل الإعلام لضمان دعم جيد في حال حدوث أزمة.



القدرة على جذب الأسواق الأقل حساسية (على سبيل المثال، الدول الإسلامية، الدول التي تواجه مخاطر مماثلة في الأمن والسلامة)

دراسة حالة: جزر العالم - مثال على المشروع أنهكته فترات الركود الاقتصادي

السياق العام

الفعاليات الرئيسية:

- **2003:** كشف خطط لبناء أرخبيل جزر
- **2006:** يقال إن الجزر الاصطناعية منجزة بنسبة 90%
- **2008:** ادعى المطور أن 70% من الجزر بيعت لكن الأزمة المالية والاقتصادية أوقفت مشاريع التطوير مؤقتاً
- **2010-2011:** غرفت الجزر في البحر من جديد بسبب التآكل
- **2017:** كانت جزيرة لبنان الجزيرة الوحيدة التي فتحت أمام الجمهور

الآثار المترتبة:

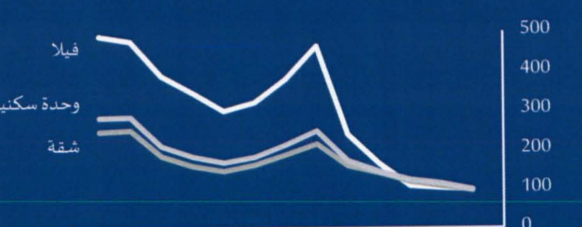
- **أدت أضرار السمعة وضعف التواصل إلى تحديات لمشاريع التطوير الأخرى**
- **تم استثمار أكثر من 14 مليار دولار في المشروع دون عائدات**



ما هي جوانب الفشل؟

ثمة 3 أسباب رئيسية للفشل:

1. أدى إفلاس المستثمرين والمطورين إلى توقف تطوير الجزر
2. تراجع أسعار العقارات في دبي مما أدى إلى توقف الاستثمارات العقارية



3. انخفاض تدفقات السياحة خلال فترة الركود بينما كانت الفنادق الجديدة تُجهز وتُسلم من قبل المطورين

الدروس/مقومات التخفيف



- تخطيط تطوير الوجهات والشراكات مع مراعاة تقلب السوق
- تفضيل التطوير التدريجي لعروض المملكة السعودية للتحوط من التعرض
- تنويع عروض البنية التحتية وتوزيع مخاطر المشروع الإجمالية على فئات الأصول المختلفة



أهداف اجتماع اليوم

طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

- الحوكمة الشاملة للقطاع
- الأدوار والمسؤوليات المقترحة للجهات السياحية
- الهيكل التنظيمي المقترح من المستوى الأول للجهات السياحية
- مسارات الميزانية والإيرادات للجهات السياحية

ملخص النتائج والمتطلبات





أهداف اجتماع اليوم



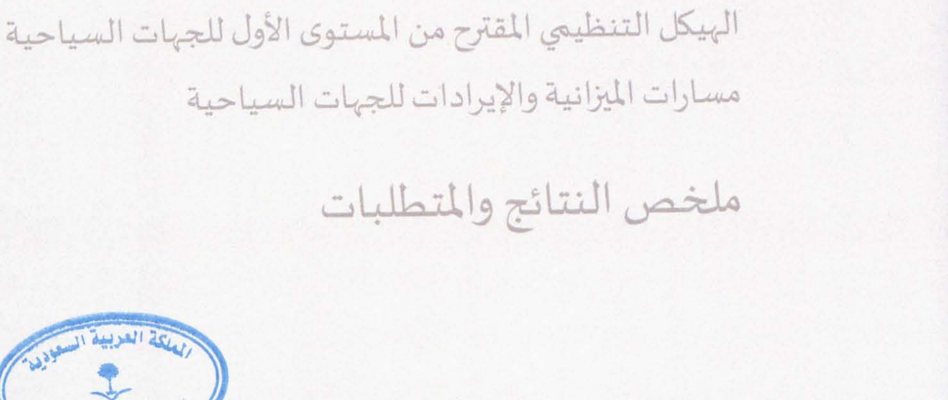
طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

- الحوكمة الشاملة للقطاع
- الأدوار والمسؤوليات المقترحة للجهات السياحية
- الهيكل التنظيمي المقترح من المستوى الأول للجهات السياحية
- مسارات الميزانية والإيرادات للجهات السياحية

ملخص النتائج والمتطلبات





ثمة حاجة إلى مراجعة حوكمة قطاع السياحة في المملكة

<u>السياق العام:</u> يتعيّن إعداد نموذج حوكمة جديد لتحقيق طموحات القطاع السياحي

تعمل الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني اليوم في ظل قيود متعددة

مستوى الجهة: ثمة قيود على تحقيق الاستراتيجية والسياسة، إذا لا يتم ذلك على قدم المساواة مع الجهات الأخرى (مثل وزارة الداخلية، ووزارة النقل، والهيئة الملكية لمحافظة العلا، ووزارة الإسكان)

نطاق العمل والاختصاص: يبدو أن الجهات الأخرى لا تفهم كامل نطاق عمل واختصاص الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، ما يؤدي إلى عدم التشدد عند تطوير المشاريع السياحية التي تقع في نطاق الجهات الأخرى

النموذج التشغيلي: جمعت الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني جميع الأدوار (التخطيط والتنظيم والترويج والاستثمار) في جهة واحدة، ما لا يتيح أي مجال للتخصص والمرونة في العمليات التشغيلية



المنظومة السياحية الراسخة هي منظومة متشعبة وتتألف من العديد من الجهات المعنية من القطاعين الحكومي والخاص





تظهر المقارنة المعيارية أن الوجهات السياحية الرئيسية تضم وزارة سياحة ومنظمة سياحة وطنية
صنع الاستراتيجية والسياسات
التنظيم
جذب التمويل وتوزيعه
الترويج والتسويق
تنفيذ المشاريع وتقديم الخدمات
وزارة السياحة
منظمة السياحة الوطنية
قطاع (شبه) خاص
المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ وورشة الحوكمة في لندن لصالح الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني؛ وتحليلات الفريق



ثمة خمسة أدوار مطلوبة عادةً لإدارة منظومة السياحة





الدور	الوصف
صنع الاستراتيجية والسياسات	تحديد **استراتيجية القطاع، وصياغة الأهداف الرئيسية** بالتنسيق مع صناع القرار في الدولة، وإضفاء الطابع الرسمي على هذه الأهداف وتضمينها في **السياسات الوطنية**. **توزيع** السياسات من خلال الهيئات الإقليمية والمحلية، وإنشاء اللجان حسب الضرورة
التنظيم	**تنظيم** قطاع السياحة تماشياً مع **السياسات الوطنية** المحددة **وفرض** تقيّد جميع مقدمي الخدمات السياحية بهذه السياسات. إنشاء نظام تنظيمي **فعال وعادل لتعزيز سهولة ممارسة الأعمال**
جذب التمويل وتوزيعه	تمكين القطاع من **تطوير برامج وأنشطة سياحية** مميزة ودعم **توفير التمويل** المطلوب. **جذب الاستثمار** من خلال الفعاليات المستهدفة والتفاعل مع الجهات الفاعلة الدولية والوطنية من القطاع الخاص
الترويج والتسويق	**تشجيع** قطاع السياحة على المستوى الدولي وتطوير **الصورة السياحية للبلاد** وقيادة **حملات التسويق** المنسقة. تحديد **الأسواق المستهدفة للتركيز عليها** والتعاون مع مكاتب السياحة الإقليمية
تنفيذ المشاريع وتقديم الخدمات	**توفير جميع العناصر** التي تشكّل مجموعة **البرامج والأنشطة السياحية** وتنفيذ المشاريع السياحية

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وخبرات المشاريع، وتحليلات الفريق

لا بد من توافر وزارة للسياحة لتحقيق طموحات عام 2030

1. تتطلب طموحات القطاع السياحي الكبيرة لعام 2030 تطوير منظومة كاملة (البنية التحتية، الأنظمة السياحة وغير السياحة، وتطوير المواهب) من أجل تحقيق الاستراتيجية
2. يتطلب إنشاء هذه المنظومة تخطيطاً مركزياً وصنع السياسات والتنفيذ بالتعاون مع عدة وزارات
3. ستتطلب الأنظمة السياحية التي ستتولى وزارة السياحة تطويرها، التنسيق مع الوزارات الأخرى ودعمها في عملية التنفيذ
4. ستضم هيئة السياحة في المستقبل العمرة والمؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات التي تدار حالياً على المستوى الوزاري (من جانب وزارة الحج والعمرة ووزارة التجارة والاستثمار على التوالي)



تنفذ 11 دولة 'الأنشطة السياحية' باسم الوزارات

تتم الأنشطة السياحية عادة باسم الوزارات

	الدول بحسب الزيارات في عام 2017	حصة السياحة من الناتج المحلي الإجمالي المباشر[1]	الجهة السياحية الحكومية	منظمة السياحة الوطنية
1	إسبانيا	%5.4	وزارة الصناعة والتجارة والسياحة	تورإسبانيا
2	فرنسا	%3.9	إدارة في وزارة الشؤون الأوروبية والخارجية	أتاوت فرنسا
3	الولايات المتحدة	%2.7	المكتب الوطني للسياحة والسفر التابع لوزارة التجارة الأمريكية	براند يو أس إيه
4	الصين	%2.8	وزارة الثقافة والسياحة	ترافل تشاينا
5	إيطاليا	%5.6	وزارة الزراعة والغذاء وسياسة الغابات والسياحة	المجلس الوطني للسياحة
6	المكسيك	%8.0	وزارة السياحة	مجلس السياحة المكسيكي
7	تركيا	%4.3	وزارة الثقافة والسياحة	مجلس السياحة التركي
8	تايلاند	%9.6	وزارة السياحة والرياضة	هيئة تايلاند للسياحة
9	المملكة المتحدة	%3.7	أمانة في وزارة الثقافة والإعلام والرياضة	فيزيت بريتين
10	ألمانيا	%3.5	إدارة في وزارة الشؤون الاقتصادية والطاقة	المجلس الوطني الألماني للسياحة
11	اليابان	%2.4	وزارة الأراضي والبنية التحتية والنقل والسياحة	منظمة السياحة الوطنية اليابانية
12	اليونان	%8.5	وزارة السياحة	منظمة السياحة الوطنية اليونانية
14	ماليزيا	%5.8	وزارة السياحة والفنون والثقافة	توريزم ماليزيا
15	النمسا	%7.7	وزارة الاستدامة والسياحة	المكتب الوطني النمساوي للسياحة
17	كندا	%2.0	وزارة السياحة والثقافة والرياضة	دستنيشن كندا

ملاحظة: الإمارات العربية المتحدة وهونغ كونغ غير مشمولة نظراً لانخفاض قابلية مقارنة نماذج الحوكمة 1. المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي، 2. المكتب الوطني للسياحة والسفر

المصدر: المجلس الدولي للسياحة والسفر؛ ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ وتوريزم تايلاند؛ والحكومة الصينية؛ وورشة الحوكمة في لندن؛ وتحليلات الفريق

Backup

هنالك عدة أنواع من وزارات السياحة

	الدول حسب الزيارات في عام 2017	حصة السياحة من الناتج المحلي الإجمالي المباشر[1]	الجهة السياحية الحكومية	منظمة السياحة الوطنية
1	إسبانيا	%5.4	وزارة الصناعة والتجارة والسياحة	تورإسبانيا
2	فرنسا	%3.9	إدارة في وزارة الشؤون الأوروبية والخارجية	أتاوت فرنسا
3	الولايات المتحدة	%2.7	المكتب الوطني للسياحة والسفر التابع لوزارة التجارة الأمريكية	براند يو أس إيه
4	الصين	%2.8	وزارة الثقافة والسياحة	ترافل تشاينا
5	إيطاليا	%5.6	وزارة الزراعة والغذاء وسياسة الغابات والسياحة	المجلس الوطني للسياحة
6	المكسيك	%8.0	وزارة السياحة	مجلس السياحة المكسيكي
7	تركيا	%4.3	وزارة الثقافة والسياحة	مجلس السياحة التركي
8	تايلاند	%9.6	وزارة السياحة والرياضة	هيئة تايلاند للسياحة
9	المملكة المتحدة	%3.7	أمانة في وزارة الثقافة والإعلام والرياضة	فيزيت بريتين
10	ألمانيا	%3.5	إدارة في وزارة الشؤون الاقتصادية والطاقة	المجلس الوطني الألماني للسياحة
11	اليابان	%2.4	وزارة الأراضي والبنية التحتية والنقل والسياحة	منظمة السياحة الوطنية اليابانية
12	اليونان	%8.5	وزارة السياحة	منظمة السياحة الوطنية اليونانية
14	ماليزيا	%5.8	وزارة السياحة والفنون والثقافة	توريزم ماليزيا
15	النمسا	%7.7	وزارة الاستدامة والسياحة	المكتب الوطني النمساوي للسياحة
17	كندا	%2.0	وزارة السياحة والثقافة والرياضة	دستنيشن كندا

ملاحظة: الإمارات العربية المتحدة وهونغ كونغ غير مشمولة نظراً لانخفاض قابلية مقارنة نماذج الحوكمة 1. المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الإجمالي، 2. المكتب الوطني للسياحة والسفر

المصدر: المجلس الدولي للسياحة والسفر؛ ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ وتوريزم تايلاند؛ والحكومة الصينية؛ وورشة الحوكمة في لندن؛ وتحليلات الفريق

هنالك دولتان لديهما وزارة سياحة مستقلة، بينما تفضّل الدول الأخرى جمعها مع وزارات الثقافة

من الضروري امتلاك جهة مروّجة باعتبارها جهة منفصلة تتبع لوزارة السياحة

1. يجب أن تكون الجهة المروّجة قادرة على توظيف المواهب المناسبة وتمتلك المرونة للعمل كشركة خاصة لتعزيز جهود التسويق والترويج

2. يجب أن تمتلك الجهة المروّجة صلاحيات الوزارة لدعم تنفيذ تجربة رحلة الزائر المستهدفة التي تشمل جهات وزارية متعددة

3. هنالك حاجة لفصل العلامة التجارية للسياحة عن الوضع السياسي في البلاد



Backup

يوجد في الدول البارزة سياحياً هيئة سياحية وطنية منفصلة

الدول حسب الزيارات في عام 2017		مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي المباشر[1]	الجهة السياحية الحكومية	الهيئة السياحية الوطنية
1	إسبانيا	%5.4	وزارة الصناعة والتجارة والسياحة	توراسبانيا
2	فرنسا	%3.9	إدارة في وزارة الشؤون الأوروبية والخارجية	أتاوت فرنسا
3	الولايات المتحدة	%2.7	المكتب الوطني للسياحة والسفر التابع لوزارة التجارة الأمريكية	براند يو أس إيه
4	الصين	%2.8	وزارة الثقافة والسياحة	ترافل تشاينا
5	إيطاليا	%5.6	وزارة الزراعة والغذاء والغابات والسياحة	المجلس الوطني للسياحة
6	المكسيك	%8.0	وزارة السياحة	مجلس السياحة المكسيكي
7	تركيا	%4.3	وزارة الثقافة والسياحة	مجلس السياحة التركي
8	تايلاند	%9.6	وزارة السياحة والرياضة	هيئة تايلاند للسياحة
9	المملكة المتحدة	%3.7	أمانة في وزارة الثقافة والإعلام والرياضة	فيزيت بريتين
10	ألمانيا	%3.5	إدارة في وزارة الشؤون الاقتصادية والطاقة	مجلس السياحة الوطني الألماني
11	اليابان	%2.4	وزارة الأراضي والبنية التحتية والنقل والسياحة	مؤسسة السياحة الوطنية اليابانية
12	اليونان	%8.5	وزارة السياحة	منظمة السياحة الوطنية اليونانية
14	ماليزيا	%5.8	وزارة السياحة والفنون والثقافة	توريزم ماليزيا
15	النمسا	%7.7	وزارة الاستدامة والسياحة	مكتب السياحة الوطني النمساوي
17	كندا	%2.0	وزارة السياحة والثقافة والرياضة	دستنيشن كندا

تمتلك جميع الدول الخمسة عشرة هيئات سياحية منفصلة

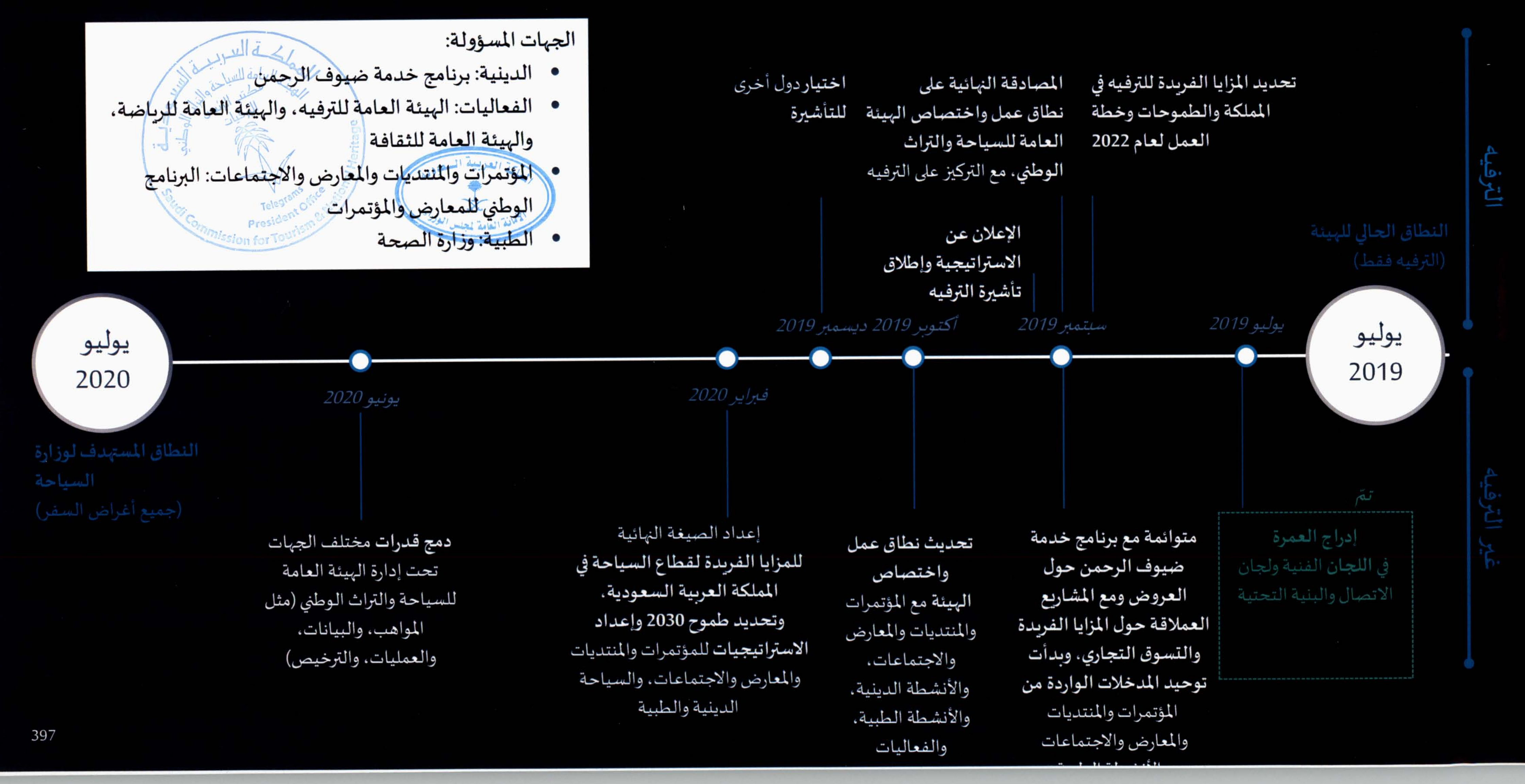
ملاحظة: لم يتم إدراج الإمارات العربية المتحدة وهونغ كونغ في الجدول نظراً لانخفاض قابلية مقارنة نماذج الحوكمة 1. المساهمة المباشرة في الناتج المحلي الاجمالي. 2. المكتب الوطني للسياحة والسفر

المصدر: المجلس الدولي للسياحة والسفر؛ ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ وتوريزم تايلاند؛ والحكومة الصينية؛ وورشة الحوكمة في لندن؛ وتحليلات الفريق



1. تجدر الإشارة إلى أن دبي أنشأت قسماً للتسويق في دائرة السياحة والتسويق التجاري، وتعمل أبوظبي مع شركة التطوير والاستثمار السياحي، شركة التخطيط الرئيسي

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، والمقابلات مع الخبراء، ومعلومات الدول، وتحليلات الفريق


ستضم الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني بشكل تدريجي الأنشطة الدينية، والمؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات، والفعاليات ضمن نطاق مسؤولياتها
الجهات المسؤولة:
الدينية: برنامج خدمة ضيوف الرحمن
الفعاليات: الهيئة العامة للترفيه، والهيئة العامة للرياضة، والهيئة العامة للثقافة
المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات: البرنامج الوطني للمعارض والمؤتمرات
الطبية: وزارة الصحة
الترفيه
غير الترفيه
النطاق الحالي للهيئة (الترفيه فقط)
يوليو 2019
يوليو 2019
تحديد المزايا الفريدة للترفيه في المملكة والطموحات وخطة العمل لعام 2022
تم
إدراج العمرة في اللجان الفنية ولجان الاتصال والبنية التحتية
سبتمبر 2019
المصادقة النهائية على نطاق عمل واختصاص الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني، مع التركيز على الترفيه
متوائمة مع برنامج خدمة ضيوف الرحمن حول العروض ومع المشاريع العملاقة حول المزايا الفريدة والتسوق التجاري. وبدأت توحيد المدخلات الواردة من المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات
الإعلان عن الاستراتيجية وإطلاق تأشيرة الترفيه
أكتوبر 2019
تحديث نطاق عمل واختصاص الهيئة مع المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات، والأنشطة الدينية، والأنشطة الطبية، والفعاليات
ديسمبر 2019
اختيار دول أخرى للتأشيرة
فبراير 2020
إعداد الصيغة النهائية للمزايا الفريدة لقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية، وتحديد طموح 2030 وإعداد الاستراتيجيات للمؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات، والسياحة الدينية والطبية
يونيو 2020
دمج قدرات مختلف الجهات تحت إدارة الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني (مثل المواهب، والبيانات، والعمليات، والترخيص)
يوليو 2020
النطاق المستهدف لوزارة السياحة (جميع أغراض السفر)

الحوكمة المقترحة لقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية

- وزارة السياحة
  - صناديق التمويل لتطوير السياحة
- 1 المجلس الاستشاري للسياحة
- 2 لجنة مجلس الوزراء حول السياحة
- منظمة السياحة الوطنية
- المحافظات والهيئات والمشاريع العملاقة
- 3 مجموعات العمل في القطاعين الحكومي والخاص
- 4 الهيئات الإقليمية ورؤساء المشاريع العملاقة
- 5 الاجتماعات مع مكاتب إدارة الوجهات
- القطاع الخاص
- وسائل التنمية الحكومية

الجهات الحكومية الرئيسية | اللجان الرئيسية | القطاع الخاص/القطاع

المصدر: المقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



1 المجلس الاستشاري للسياحة
- تقديم التوجيه الاستراتيجي
- مشاركة أفضل الممارسات العالمية
- طرح وجهة نظر الخبراء الخارجيين

2 لجنة مجلس الوزراء التي تُعنى بمجال السياحة
- المواءمة حول أهداف السياحة الوطنية
- الاتفاق على الميزانية لقطاع السياحة
- تنسيق المبادرات ذات الأولوية عبر الوزارات مع صناع القرارات من أجل التنفيذ

3 مجموعات العمل في القطاعين الحكومي والخاص
- تحديد الشراكات بين القطاعين الحكومي والخاص
- جذب استثمارات القطاع الخاص
- تشجيع حوار منظومة السياحة

4 الاجتماع مع الجهات الحكومية المعنية
- مراجعة وإقرار الاستراتيجيات الواردة من المحافظات والهيئات والمشاريع العملاقة المرتبطة بأنظمة السياحة والتسويق والعروض

5 الاجتماع مع مكاتب إدارة الوجهات
- الحصول على المدخلات حول مشاريع التطوير على مستوى الوجهة
- مناقشة متطلبات ترويج الوجهات



تُعدّ توصياتنا متوائمة مع النموذج المتبع في المكسيك



يُعد كل من مجلس الترويج السياحي في المكسيك والصندوق الوطني للسياحة والتنمية عنصران أساسيان لنجاح الوجهات مثل كنكون والمكسيك ككل (على سبيل المثال: تضاعفت أرقام السياحة تقريباً من عام 2012 إلى 2018 إلى أكثر من 40 مليون زيارة)



لضمان المواءمة مع سياسة السياحة الوطنية، فإن وزير السياحة هو رئيس مجلس إدارة كل من مجلس الترويج والصندوق الوطني للسياحة والتنمية.



تأسّس مجلس السياحة الذي يرأسه الرئيس المكسيكي لضمان تناول أولويات السياحة على أعلى مستوى





1 الصندوق الوطني للسياحة والتنمية
المصدر: الموقع الإلكتروني للحكومة المكسيكية، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق

تشكيلة لجنة مجلس الوزراء حول السياحة



ستتواصل وزارة السياحة مع المحافظات والهيئات والمشاريع العملاقة



المحافظات

- دعم إعداد استراتيجيات السياحة الإقليمية وإقرارها قبل عرضها على اللجنة الاستراتيجية



الهيئات

- دعم صنع السياسات المرتبطة بالسياحة
- تنسيق جهود الهيئات لإنجاز البرامج والأنشطة السياحية (مثل، روزنامة الفعاليات مع الهيئة العامة للرياضة، والهيئة العامة للترفيه، والهيئة العامة للثقافة)
- قيادة جميع الأنشطة السياحية للهيئات الإقليمية (مثل، الترخيص والتسويق للمراكز الصحية في الرياض)



المشاريع العملاقة

- مشروع نيوم: مواءمة استراتيجية السياحة وتنسيقها
- غير ذلك (على سبيل المثال، الهيئة الملكية لمحافظة العلا، ومشروع البحر الأحمر): مراجعة وإقرار الاستراتيجيات قبل عرضها على اللجنة الاستراتيجية


تمت دراسة نماذج الحوكمة لثماني منظومات سياحية دولية





تعكس حوكمة قطاع السياحة في أبوظبي طموح ترسيخ مزايا فريدة 'للثقافة'

المجلس التنفيذي لإمارة أبو ظبي

دائرة الثقافة والسياحة

لجان الخبراء

لجنة المهرجانات والبرامج الثقافية والتراثية

لجنة تطوير القطاع

مكاتب السياحة الدولية

مكاتب إدارة الوجهات

شركة الاستثمار والتطوير السياحي

(شبه) القطاع الخاص

الجهات الحكومية الرئيسية | اللجان المختارة | القطاع الخاص/القطاع

صنع الاستراتيجية والسياسات	التنظيم	جذب التمويل وتوزيعه	الترويج والتسويق	تنفيذ المشاريع وتقديم الخدمات
دائرة الثقافة والسياحة	دائرة الثقافة والسياحة	دائرة الثقافة والسياحة	دائرة الثقافة والسياحة	التطوير والاستثمار السياحي/القطاع الخاص

1. عدد قليل فقط: العين، مدينة أبوظبي

المصدر: دائرة الثقافة والسياحة؛ وشركة التطوير والاستثمار السياحي؛ والمقابلات مع الخبراء؛ وتحليلات الفريق

دُمجت السياحة بشكل استراتيجي مع الثقافة لتعزيز العلامة التجارية لإمارة أبوظبي كوجهة سياحية ثقافية

دمج نموذج الحوكمة مع أدوار المنظم والمروج في جهة واحدة

تعمل شركة التطوير والاستثمار السياحي، التي تشكلت في عام 2006، كمخطط رئيسي، وتنفذ مشاريع البنية التحتية نيابة عن دائرة الثقافة والسياحة

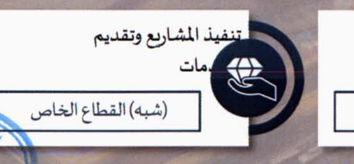




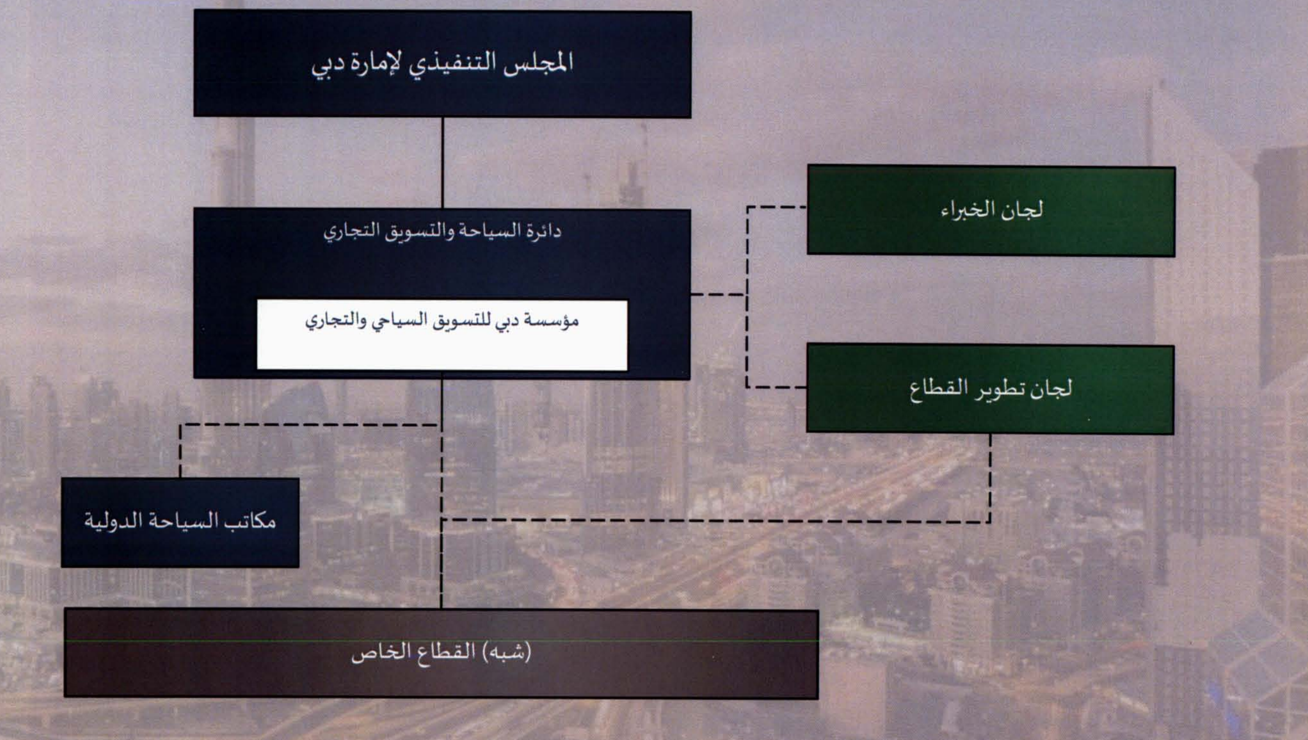
تعتبر دائرة السياحة والتسويق التجاري إدارة مستقلة، يشرف عليها المجلس التنفيذي لإمارة دبي

تم إنشاء مؤسسة دبي للتسويق السياحي والتجاري تحت دائرة السياحة والتسويق التجاري في عام 2014 لتطوير جهة ثانية تركز على الترويج

لا تزال الجهة المروّجة راسخاً في دائرة السياحة والتسويق التجاري ولم يتحقق بعد الفصل الواضح بين الجهات والأنشطة



تحاول دبي الابتعاد عن نظام الجهة الواحدة من خلال شركة متخصصة للترويج



1. مؤسسة دبي للتسويق السياحي والتجاري

المصدر: حكومة دبي؛ والحكومة الإماراتية؛ والمقابلات مع الخبراء؛ وتحليلات الفريق





تتولى فيزيت بريتين بدور مركزي في قطاع السياحة البريطاني

وزارة الثقافة والإعلام والرياضة

الحكومات الوطنية (ويلز، إيرلندا الشمالية، اسكتلندا)

اللجنة الوزارية حول السياحة

فيزيت بريتين

فيزيت إنغلاند | فيزيت ويلز | فيزيت نورث آيلاند | فيزيت سكوتلاند

مكاتب السياحة في الخارج | مكاتب إدارة الوجهات | اتحادات القطاع

القطاع الخاص

الجهات الحكومية الرئيسية | اللجان المختارة | القطاع الخاص/القطاع | تنظيم القطاع الحكومي-الخاص

صنع الاستراتيجية والسياسات	التنظيم	جذب التمويل وتوزيعه	الترويج والتسويق	تنفيذ المشاريع وتقديم الخدمات
الوزارة[3]	الوزارة	فيزيت بريتين	فيزيت بريتين	القطاع الخاص

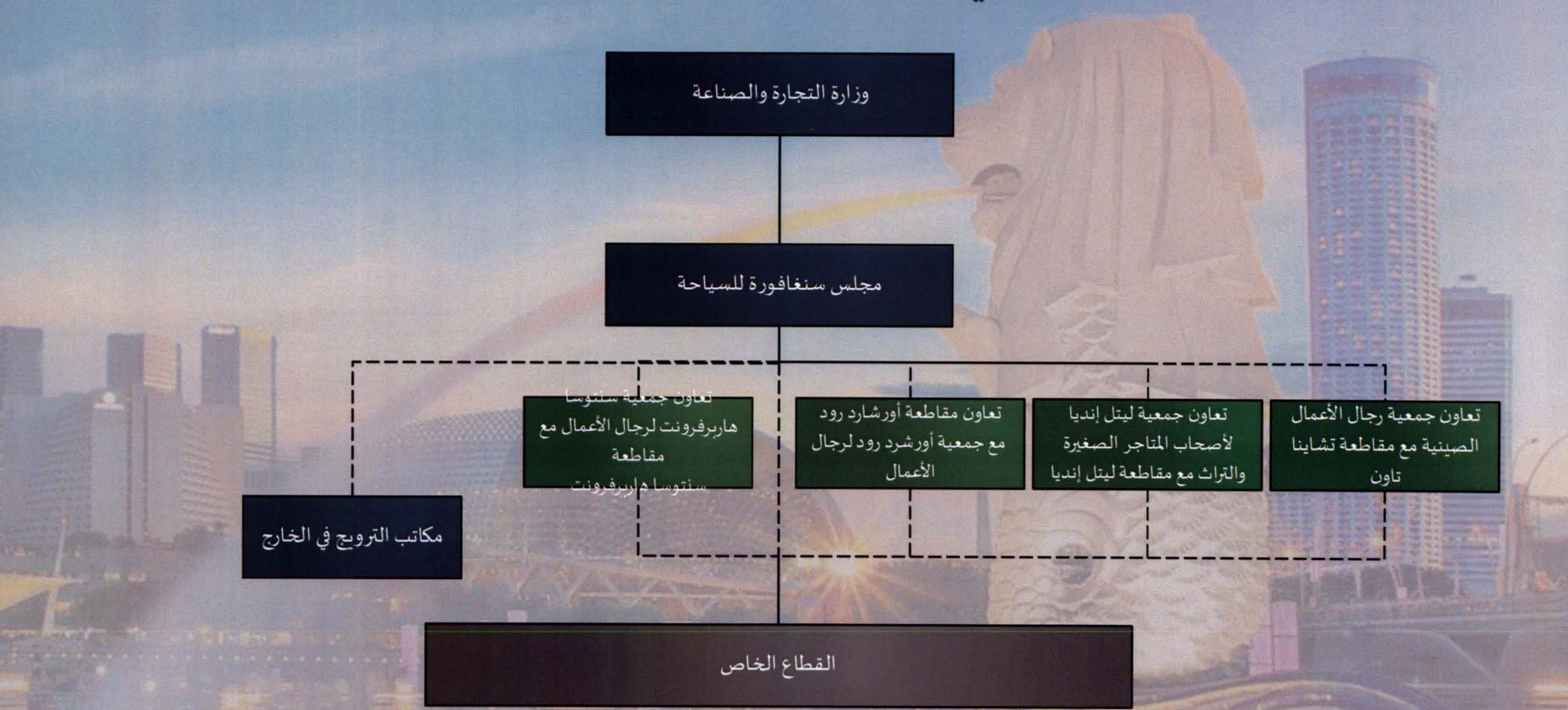
1. تمثل الإدارات جهات وزارية المستوى في الحكومة البريطانية 2. المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق

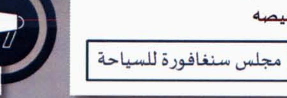
تشترك السياحة في وزارة الثقافة والإعلام والرياضة. تعتبر فيزيت بريتين الذراع الترويجية المنسقة في المملكة المتحدة

تمنح فيزيت بريتين تمويلاً من وزارة الثقافة والإعلام والرياضة للاستثمار (المشترك) في المشاريع السياحية الجذابة ولتخصيص التمويل إلى مكاتب إدارة الوجهات

يوجد حالياً أكثر من 200 من مكاتب إدارة الوجهات في المملكة المتحدة، معظمها عبارة عن شراكات بين القطاعين الحكومي والخاص مع شركات محلية

يجتمع مجلس سنغافورة للسياحة بانتظام مع جمعيات رجال الأعمال للحفاظ على الحوار بين القطاعين الحكومي والخاص





1. جمعية رجال الأعمال الصينية؛ 2. جمعية ليتل إنديا لأصحاب المتاجر والتراث؛ 3. جمعية أورشارد رود لرجال الأعمال؛ 4. جمعية سنتوسا هاربرفرونت لرجال الأعمال

المصدر: التقرير السنوي لمجلس سنغافورة للسياحة 2017/2018؛ ومجلس سنغافورة للسياحة؛ والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق





- في أواخر التسعينيات، تم تغيير اسم جهة الترويج السياحي في سنغافورة إلى مجلس سنغافورة للسياحة وتم تمديد نطاق العمل والاختصاص فيه
- أما اليوم، لا يقوم المجلس بتسويق سنغافورة كوجهة فحسب، بل يدير صندوقاً لتطوير السياحة من أجل تحفيز الاستثمارات
- يعمل المجلس مع جمعيات رجال الأعمال في سنغافورة كمنتديات لفهم مطالب القطاع الخاص

هيكلية السياحة والسفر في الولايات المتحدة

وزارة التجارة الأمريكية

القطاع والتحليل

إدارة
التجارة الدولية

المكتب الوطني
للسياحة والسفر

المجلس الاستشاري للسياحة والسفر
في الولايات المتحدة

الخدمات التجارية الأمريكية

البعثات التجارية
الأمريكية في الخارج

الحكومات الفيدرالية

مجلس سياسة السياحة

براند يو أس إيه[1]

مكاتب إدارة الوجهات

القطاع الخاص

الجهات الحكومية | اللجان الرئيسية | القطاع الخاص/القطاع | القطاع غير الربحي/الحكومي-الخاص

صنع الاستراتيجية والسياسات	التنظيم	جذب التمويل وتوزيعه	الترويج والتسويق	تنفيذ المشاريع وتقديم الخدمات
وزارة التجارة[2]	وزارة التجارة[2]	وزارة التجارة[2]	براند يو أس إيه	القطاع الخاص

1. يعتبر براند يو أس إيه الاسم التشغيلي لمؤسسة ترويج السفر 2. مع الحكومات الفيدرالية
المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ ورابطة السفر الأمريكية؛ والمقابلات مع الخبراء؛ وتحليلات الفريق





تأسست براند يو أس إيه في عام 2009 لبذل جهود الترويج السياحي في الولايات المتحدة من أجل الترفيه والأعمال والسفر العلمي

يُعد مجلس سياسة السياحة اللجنة التي تضمن التبادل في القضايا المتعلقة بالسياحة عبر الحكومات الفيدرالية

يمثل المجلس الاستشاري للسياحة والسفر في الولايات المتحدة مجلساً استشارياً لوزارة التجارة حول الشؤون التي تخص السياحة والسفر ويوفر منتدى للنقاش مع القطاع

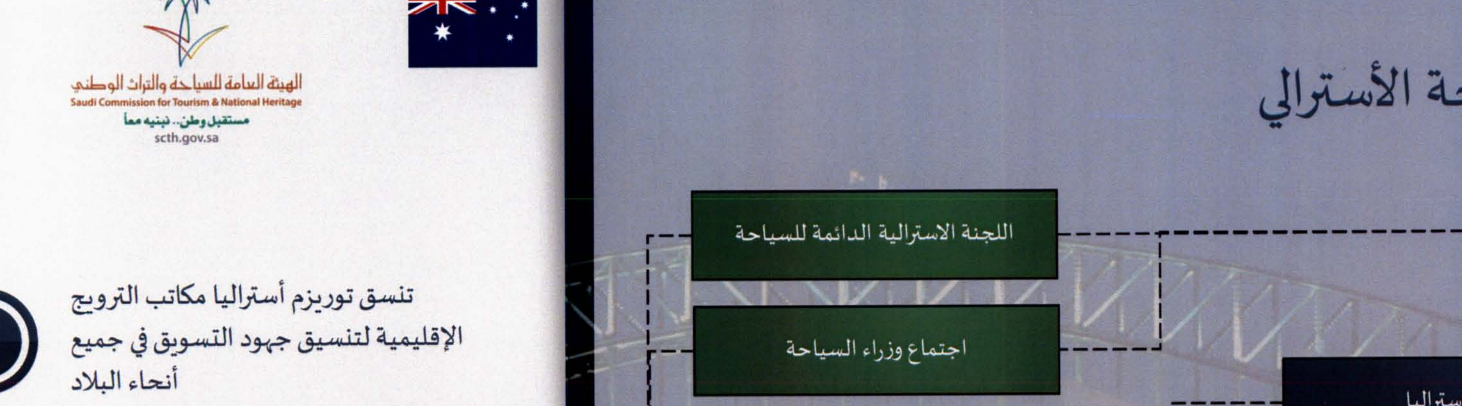


تنسق توريزم أستراليا مكاتب الترويج الإقليمية لتنسيق جهود التسويق في جميع أنحاء البلاد

تدير توريزم أستراليا مجموعات العمل بين القطاعين الحكومي والخاص لتسهيل التعاون عبر منظومة السياحة

تنظم توريزم أستراليا حملات ترويجية من خلال مكاتب السياحة في الخارج، مع إشراك القطاع الخاص مع أكثر من 100 من مكاتب إدارة الوجهات

تقع توريزم أستراليا في قلب قطاع السياحة الأسترالي





1. نيو ساوث ويلز؛ 2. تتضمن المكاتب الإقليمية الأخرى: السياحة في غرب أستراليا، وهيئة جنوب أستراليا للسياحة، وفيزيت فيكتوريا
المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ واستراتيجية أستراليا للسياحة 2020؛ والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق

ينظم قطاع السياحة في إسبانيا وزارة مشتركة، إلى جانب وزارة الصناعة والتجارة

1. المؤسسة العامة التي تدير شبكة الفنادق المملوكة للدولة 2. مع الحكومات الفيدرالية

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

لطالما تمت 'مشاركة' وزارة السياحة الإسبانية مع تخصصات أخرى مثل الاقتصاد أو المالية أو الثقافة أو النقل

تُعد مكاتب السياحة في الخارج الأداة الرئيسية لمعهد إسبانيا للسياحة (تورإسبانيا) في أسواق المصدر التي تستهدف الشركاء التجاريين والسياح مباشرة

استجابة لسوق السياحة اللامركزي في إسبانيا، تم تشكيل لجان مختارة لتعزيز تنسيق القطاع





يعمل مجلس الترويج السياحي في المكسيك على الترويج للسياحة على الصعيدين الوطني والدولي، وينظمه مجلس يضم 15 ممثلاً حكومياً و 14 ممثلاً من القطاع الخاص

تتضمن الأنشطة الرئيسية للمجلس: الإعلان، ورعاية الحملات، والحفاظ على 'فيزيت مكسيكو'

تم إنشاء فوناتور كوكالة لتطوير السياحة، والتي كانت ضرورية في تطوير وجهات مثل كانكون أو لوس كابوس

يؤدي مجلس الترويج وصندوق تنمية السياحة أدواراً رئيسية في قطاع السياحة المكسيكي

- وزارة السياحة[1]
  - مجلس السياحة
  - اللجنة التنفيذية
  - مجلس الترويج السياحي في المكسيك
  - فوناتور[2]
- حكومات المناطق
  - البلديات
- مكاتب إدارة الوجهات
- مكاتب السياحة في الخارج
- (شبه) القطاع الخاص

الجهات الحكومية الرئيسية | اللجان المختارة | القطاع الخاص/القطاع | تنظيم القطاع الحكومي-الخاص

الدور	الجهة
صنع الاستراتيجية والسياسات	الوزارة
التنظيم	الوزارة[3]
جذب التمويل وتوزيعه	الصندوق الوطني للسياحة والتنمية (فوناتور)
الترويج والتسويق	مجلس الترويج السياحي في المكسيك
تنفيذ المشاريع وتقديم الخدمات	(شبه) القطاع الخاص

1. يشار إلى الوزارات في المكسيك بالأمانات؛ 2. الصندوق الوطني للسياحة والتنمية 3. حكومات المناطق
المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ والحكومة المكسيكية؛ والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



تم دمج وزارة السياحة المغربية في عام 2017

وزارة السياحة، والنقل الجوي، والحرف اليدوية، والاقتصاد الاجتماعي

دائرة السياحة

الإدارات الوزارية (مثل، النقل الجوي)

مرصد السياحة

المكتب الوطني المغربي للسياحة

الجمعية المغربية للهندسة السياحية (SMIT)

اللجان المشتركة لإشراك القطاع الخاص

مكاتب إدارة الوجهات

مكاتب السياحة في الخارج

(شبه) القطاع الخاص

الجهات الحكومية الرئيسية | اللجان المختارة | القطاع الخاص/القطاع | تنظيم القطاع الحكومي-الخاص

صنع الاستراتيجية والسياسات	التنظيم	جذب التمويل وتوزيعه	الترويج والتسويق	تنفيذ المشاريع وتقديم الخدمات
الوزارة	الوزارة	الجمعية المغربية للهندسة السياحية	المكتب الوطني المغربي للسياحة	الوكالة المغربية للتنمية السياحية/القطاع الخاص

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق

- كان الدافع الرئيسي لإعادة تنظيم حوكمة القطاع أسباب سياسية، مما أدى إلى الجمع بين السياحة والنقل الجوي وغيرها من القطاعات
- كانت إضافة الاقتصاد الاجتماعي إلى الوزارة يهدف إلى تعزيز اقتسام الفوائد السياحية بين السكان المحليين
- يتمثل دور الجمعية المغربية للهندسة السياحية في جذب الاستثمارات لدعم تطوير المنتج السياحي المغربي



تعمل الدول السياحية على إنشاء أربع لجان لضمان المواءمة الفعالة

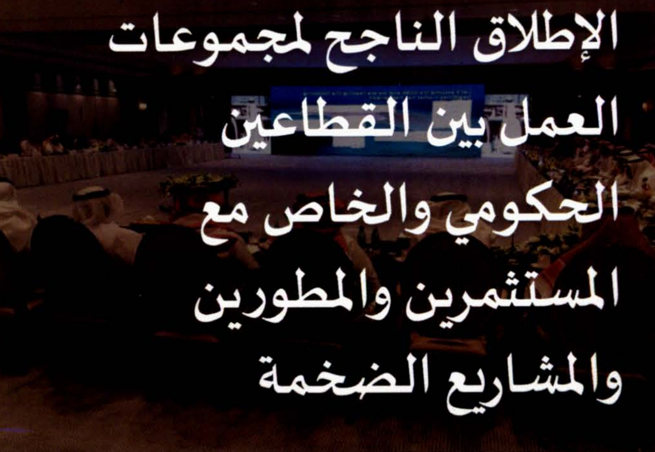
	نوع اللجنة	الأهداف الرئيسية	الأعضاء	وتيرة عقد الاجتماعات	الأولوية
1	المجلس الاستشاري للسياحة	• توفير وجهة نظر الخبراء الخارجيين • إقرار المبادرات الاستراتيجية والتوصية بالتدابير التصحيحية	• برئاسة وزير السياحة ورئيس جهة تشجيع السياحة • مستشارون القطاع الحكومي/الخاص الخارجيون	مرتان بالسنة	مرتفعة
2	لجنة مجلس الوزراء حول السياحة	• المناقشة والمواءمة حول أولويات السياحة الوطنية • التنسيق مع صناع القرارات الرئيسيين في البلاد	• وزير النقل • وزير المالية • وزير الاقتصاد • وزير الداخلية • وزير الشؤون الخارجية	على أن لا تقل عن مرتين بالسنة	مرتفعة جداً
3	مجموعات العمل في القطاعين الحكومي والخاص	• إشراك القطاع الخاص لتحديد الشراكات • فهم متطلبات القطاع الخاص • التعرف على أحدث التوجهات	• برئاسة رئيس جهة تشجيع السياحة • ممثلو السياحة الإقليميون • الجهات الفاعلة الوطنية/الدولية الرئيسية	من مرة/مرتان بالسنة إلى 8 مرات في السنة لكل مجموعة	مرتفعة جداً
4	الاجتماع مع رؤساء السياحة الإقليميون	• ضمان التنسيق بين جهود السياحة الوطنية والإقليمية والمحلية	• وزير السياحة • وزراء السياحة الإقليميون والمحليون • جمعيات السياحة الإقليمية	مرة/مرتان بالسنة	مرتفعة





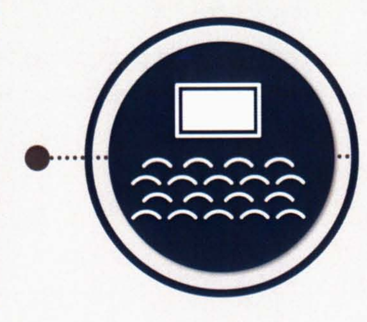
المصدر: المقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



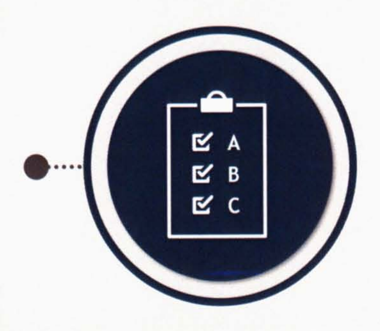

الملخص:

الإطلاق الناجح لمجموعات العمل بين القطاعين الحكومي والخاص مع المستثمرين والمطورين والمشاريع الضخمة



أكثر من 50 ممثل من القطاعين الحكومي والخاص

- البنوك والمستثمرون الماليون
- الشركات والمطورون العقاريون
- المشاريع الضخمة
- ممثلو القطاع الحكومي



النتائج الرئيسية التي تمخّض عنها الاجتماع

- مشاركة أهداف السياحة مع جمهور واسع من القطاع الخاص
- بدء الحوار مع مجتمع الاستثمار السياحي في المملكة العربية السعودية
- مناقشة المشاريع الضخمة كفرص استثمارية
- كسب مدخلات القطاع الخاص حول متطلبات الاستثمار
- إضفاء الصفة الرسمية على نموذج مجموعة العمل
- تعيين ماجد الحكير رئيسًا لمجموعة العمل



الخطوات التالية

- معالجة نتائج مجموعات العمل
- دمج المتطلبات المختارة من القطاع الخاص في الاستراتيجية الوطنية للسياحة
- الانخراط مع جمهور واسع من القطاع الخاص عبر القطاعات
- عقد اجتماع مجموعات العمل القادم في سبتمبر



تم التركيز في نقاشات مجموعة العمل على سبعة أبعاد

1. يُعد تعميم وتطوير فرص الاستثمار مع القطاع الخاص عنصرين أساسيين في البناء الناجح لمنظمة السياحة في المملكة العربية السعودية
2. يعتبر التغلب على **حالة عدم اليقين** الحالية في السوق والتردد في **المخاطرة** أمرين ضروريين لجذب تمويل القطاع الخاص وضمان وجود منافسة عادلة في السوق.
3. إعادة هيكلة **الحوافز والرسوم** للاستثمارات المرتبطة بالسياحة اللازمة لتعزيز التمويل السياحي والإسراع في تفعيل المنشآت الصغيرة والمتوسطة
4. يُعد ضمان **التنسيق الوثيق للجهات المعنية** بين القطاعين الحكومي والخاص خطوة حيوية نحو وضع هياكل مبسطة ذات مسؤوليات محددة بوضوح
5. مراجعة **اللوائح** الحالية وتبسيط الهياكل **البيروقراطية** اللازمة لتأمين بيئة مواتية للاستثمار
6. ضمان وجود مقاييس ومصادر مشتركة **للإحصاءات** السياحية ومشاركة **البيانات** كعوامل تمكين لتحسين عملية صنع القرار في قطاع السياحة
7. يعتبر دمج **سكان المملكة** في المشاريع السياحية أمرًا ضروريًا للتطوير الناجح للسياحة في البلاد (مثل، دعم الانفتاح على السياح الدوليين وحملات الترويج التي تستهدف السياح المحليين)

المصدر: مجموعة عمل الاستثمار والتمويل السياحي، 4 يوليو؛ وتحليلات الفريق



نقاط النقاش الرئيسية والخطوات التالية (1)

الأبعاد	نقاط النقاش الرئيسية	الخطوات التالية
1 فرص الاستثمار	• التعميم الشفاف لطموح السياحة الوطني وفرص الاستثمار في مشاريع ضخمة معينة • ثمة العديد من الفرص التي تتسم بالجاذبية فقط لموسم/ موسمين خلال العام، ولا تسمح بتحقيق عائدات إيجابية • ثمة إمكانات ضخمة لبناء الفنادق، في ظل الوضع الراهن للطاقة الاستيعابية والجودة في المملكة العربية السعودية • يتطلب بناء القطاع أكثر من مجرد برامج تطوير للمشاريع المستقلة (مثل، الجامعات، مساهمة واسعة في المدن) • يتعين على المملكة الاستفادة من إمكانات مهرجانات التسوق وتجارة التجزئة والفعاليات للاستثمارات الجذابة وتحسين العروض السياحية	• توفير منصة للحوار المتكرر بين المشاريع الضخمة ومجتمع الاستثمار الخاص، وعرض آخر مستجدات التقدم المحرز • دراسة وعرض تحليل الطابع الموسمي لمشاريع سياحية مختارة • مشاركة المعلومات عن العروض المطلوبة لقطاع السياحة في المملكة (على سبيل المثال، عدد الغرف الفندقية والقطاعات والمواقع) • تطوير برنامج الاستثمارات السياحية، من خلال مجالات الاستثمار المحددة ورأس المال المطلوب • تحديد الفعاليات المميزة في العروض السياحية السعودية وتحديد الشركاء من أجل التنفيذ
2 عدم اليقين والمخاطر	• استعدادًا لقمة مجموعة العشرين، ثمة تمويل حكومي للفنادق/العقارات؛ إلا أن الخطط بعد عام 2020 غير واضحة • يتعين على الحكومة توفير الثقة للقطاع الخاص والإشارة إلى عدم وجود منافسة بين المستثمرين من القطاعين الحكومي والخاص • سيحتاج المستثمرون من القطاع الخاص إلى ضمانات لدعم المشاريع السياحية وترسيخ الثقة	• إقامة حوار من خلال مجموعة العمل هذه بين القطاعين الحكومي والخاص؛ ودعوة ممثلي القطاع الحكومي للإبلاغ عن خطط التمويل العقاري • مراجعة الشروط والأحكام المتعلقة باستثمارات القطاع الخاص في مجال السياحة في سياق برنامج الاستثمار
3 الحوافزوالرسوم	• يجب مراجعة آليات وحوافز التمويل للقطاع الخاص لتفعيل المنشآت الصغيرة والمتوسطة في السياحة • أدى إدخال الرسوم والضرائب والغرامات إلى الإضرار ببيئة الاستثمار • يجب النظر في نماذج الامتياز أو نماذج الشراكة الأخرى بين القطاعين الحكومي والخاص لتحفيز الاستثمارات	• مراجعة آليات التمويل القائمة • تضمين تفعيل المنشآت الصغيرة والمتوسطة كهدف في برنامج الاستثمار • مراجعة جميع الرسوم المتعلقة بالسياحة، والنظر في الجهات المعيارية الدولية أيضًا • تضمين نماذج الشراكة في برنامج الاستثمار

المصدر: مجموعة عمل الاستثمار والتمويل السياحي، 4 يوليو؛ وتحليلات الفريق



نقاط النقاش الرئيسية والخطوات التالية (2)

الأبعاد	نقاط النقاش الرئيسية	الخطوات التالية
4 تنسيق الجهات المعنية	• يجب على ممثلي الترفيه ووزارة الإسكان التعاون لتحقيق الإمكانات الكاملة للسياحة في المملكة العربية السعودية • تعمل العديد من الجهات المرتبطة بالترفيه/ السياحة على عدة مبادرات (الهيئة العامة للترفيه، والهيئة العامة للرياضة، ووزارة الثقافة، والهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني)؛ وبالتالي يجب ضمان التنسيق بينها	• ضمان التنسيق الفعال بين جهات القطاع الحكومي من خلال اجتماعات منتظمة • ضمان أن يعمل نموذج الحوكمة على تطوير قطاع السياحة، بالمواءمة مع جميع الجهات ذات الصلة
5 اللوائح والبيروقراطية	• ثمة حاجة لخفض عدد الرخص المطلوب وتبسيط الإجراءات للحصول على الرخص (جهة واحدة) • هنالك العديد من اللوائح المتعلقة بالسياحة التي تعد قديمة (مثل، متطلبات أماكن وقوف السيارات عند بناء الفنادق)، وتأجيل الاستثمارات • يجب تمديد مدة عقود تأجير الأراضي لضمان جدوى المشروع • مراجعة حصص التوطين في قطاع السياحة الضرورية لتلبية النمو وجلب الخبرة المناسبة (مثل، الأدلاء السياحيين الصينيين)	• يجب مراجعة إجراءات الترخيص ضمن نطاق الاستراتيجية الوطنية للسياحة؛ ويجب الإبلاغ عن المستجدات • يجب مراجعة المتطلبات التنظيمية ضمن نطاق الاستراتيجية الوطنية للسياحة؛ ويجب الإبلاغ عن المستجدات
6 الاحصائيات ومشاركة البيانات	• ثمة حاجة إلى بيانات العملاء الدقيقة لتحسين عملية صنع القرار؛ وسيكون من المفيد المواءمة حول المقاييس الشائعة ومناقشة التقارير المتعلقة بتطوير السياحة في المملكة العربية السعودية	• بناء مصدر بيانات موحد للبيانات السياحية • مشاركة الرؤى من البيانات مع القطاع الخاص بشكل مستمر
7 سكان المملكة العربية السعودية	• يُعد السياح المحليون أمرًا حيويًا لتطوير السياحة في المملكة؛ ويجب على حملات التسويق استهداف السكان المحليين على وجه التحديد • يحتاج السكان المحليون إلى الدعم للانفتاح على السياحة الدولية، ويحتاجون إلى الدعم من خلال الاجتماعات/ ورش العمل. يجب أن تتاح الفرصة للسكان المحليين لمشاركة وجهات نظرهم حول السياحة الدولية	• يجب أن يركز الترويج السياحي للمملكة على السياح المحليين والدوليين • الانخراط في حوار مع السكان المحليين تحضيرًا للسياحة الدولية

المصدر: مجموعة عمل الاستثمار والتمويل السياحي، 4 يوليو؛ وتحليلات الفريق

أهداف اجتماع اليوم



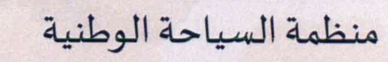
- طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030
- عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى
- **التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة**
  - الحوكمة الشاملة للقطاع
  - الأدوار والمسؤوليات المقترحة للجهات السياحية
  - الهيكل التنظيمي المقترح من المستوى الأول للجهات السياحية
  - مسارات الميزانية والإيرادات للجهات السياحية
- ملخص النتائج والمتطلبات





الجهات المقترحة ذات المسؤوليات المحددة بوضوح

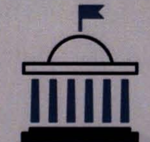
وزارة السياحة	• **إعداد استراتيجية** قطاع السياحة، و**تحديد السياسات وتحديثها بشكل دوري** • **تنظيم** قطاع السياحة **وإنفاذ سياسات القطاع** (على سبيل المثال: جودة الفنادق) • **طلب توفير المتطلبات الاستراتيجية والتنظيمية للقطاعات القريبة** ذات الصلة بالسياحة (مثل، جودة البنية التحتية للنقل، والتعليم والمواهب) • **تخصيص التمويل، واستقطاب المستثمرين من القطاع الخاص** لتطوير المنتجات السياحية في المملكة العربية السعودية
منظمة السياحة الوطنية	• **الترويج** للسياحة **السعودية على المستوى الدولي**، وقيادة **حملات التسويق** • **الارتقاء بالسمعة السياحية** للمملكة، وزيادة الزيارات والإنفاق • **تداول الشراكات والصفقات، والتنسيق** مع الوجهات في المملكة العربية السعودية • **تحديد تجربة رحلة الزائر ودعم تحقيقها**





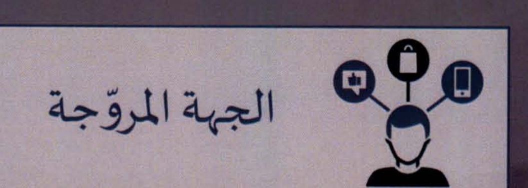
المصدر: تحليلات الفريق

جرى توزيع المبادرات بين الجهة المنظّمة والجهة المروّجة



الجهة المنظّمة

1. إنشاء صندوق/برنامج لتطوير السياحة
2. إعداد إطار تشريعي شامل للأنشطة السياحية الأساسي
3. تأسيس صندوق لتطوير التواصل الجوي
4. تحديد خطة القوى العاملة السياحية الاستراتيجية
5. تحديث إطار منح التراخيص والتفتيش لقطاع السياحة
6. توحيد مصادر البيانات المستخدمة لإجراء الإحصائيات السياحية ومواءمتها
7. توجيه إعداد المخططات العامة وتصميم وتطوير المواقع السياحية الجاهزة البالغ عددها 38 موقعاً في الأعوام 2019-2022





الجهة المروّجة

8. إنشاء شركة وطنية لإدارة الوجهات
9. حملة التسويق والاتصال
10. تحديد ودفع عجلة الابتكار في رحلات الزوار

11. تشجيع الشراكات بين القطاعين الحكومي والخاص في الإقامة، والأنشطة، والتنقل، ورأس المال البشري، والتمويل والاستثمارات، والتقنيات، والاستدامة وابتكار تجربة الزوّار



تتطلّب الغالبية العظمى من الأنشطة السياحية لوائح تنظيمية (3/1)

النشاط	حالة التنظيم	الحظر القانوني	التغيير المتوقع	الآثار القانونية المترتبة
الثقافة				
المواقع التاريخية	منظمة	محظورة[1]	رفع الحظر	تغيير أنظمة المواقع القريبة من الجمهور العام
المتاحف	منظمة	غير محظورة	-	-
رحلات المشي بصُحبة دليل سياحي	منظمة	غير محظورة	-	-
الحرف اليدوية	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد اللوائح التنظيمية للحرف اليدوية
الرحلات بالحافلة	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للرحلات بالحافلة
التجارب في الصحراء				
التخييم	منظمة	غير محظورة	-	-
الرحلات في الطائرات العمودية	منظمة	غير محظورة	-	-
الرحلات في سيارات الدفع الرباعي	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للرحلات في سيارات الدفع الرباعي
ركوب الإبل	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لركوب الإبل
تدريب الصقور	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لتدريب الصقور

المصدر: تحليلات الفريق

1. مثال: مدائن صالح والدرعية قريبتان من الجمهور العام

لا يتعيّن اتخاذ أي إجراء

يتعيّن اتخاذ إجراء



تتطلّب الغالبية العظمى من الأنشطة السياحية لوائح تنظيمية (3/2)

النشاط	حالة التنظيم	الحظر القانوني	التغيير المتوقع	الآثار القانونية المترتبة
التجارب في الصحراء (تتمّة)				
التزلج على الرمال وركوبها	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد اللوائح التنظيمية للتزلج على الرمال وركوبها
التجول عبر الكثبان الرملية	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد اللوائح التنظيمية للتجول عبر الكثبان الرملية
مناطيد الهواء الساخن	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد اللوائح التنظيمية لمناطيد الهواء الساخن
الاستمتاع بالبحر والشمس				
الغوص	منظمة	غير محظورة	-	-
صيد السمك	منظمة	غير محظورة	-	-
التجول بالقوارب[1]	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتجول بالقوارب
التزلج على الماء	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتزلج على الماء
قوارب الرحلات	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لقوارب الرحلات
التجديف	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتجديف
التزلج الهوائي	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتزلج الهوائي

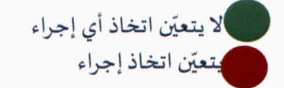
(أخضر) لا يتعيّن اتخاذ أي إجراء
(أحمر) يتعيّن اتخاذ إجراء

المصدر: تحليلات الفريق
1. الإبحار واليخوت



تتطلّب الغالبية العظمى من الأنشطة السياحية لوائح تنظيمية (3/3)

النشاط	حالة التنظيم	الحظر القانوني	التغيير المتوقع	الآثار القانونية المترتبة
المحميات الطبيعية/ الجبلية				
الحفاظ على الحياة البرية	منظمة	غير محظورة	-	-
التنزه	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتنزه
التسلق	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتسلق
تدريب البقاء على قيد الحياة	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لتدريب البقاء على قيد الحياة
رياضة الانزلاق على الحبل	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لرياضة الانزلاق على الحبل
القيادة في الطرق الوعرة	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للقيادة في الطرق الوعرة
ركوب الدراجات الهوائية في المناطق الجبلية	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لركوب الدراجات الهوائية في المناطق الجبلية
ركوب الخيل	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لركوب الخيل
التحليق المظلي	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية للتحليق المظلي
حديقة المغامرات	غير منظمة	غير محظورة	التنظيم	إعداد لوائح تنظيمية لحديقة المغامرات



لا يتعيّن اتخاذ أي إجراء
يتعيّن اتخاذ إجراء

المصدر: تحليلات الفريق





ثمّة 4 أعراف اجتماعية ينظر السياح إليها على أنها تُمثّل عراقيل ويتعيّن معالجتها

	التحديات	تُحدّد بموجب	الإجراء
الزي المعتمد	يجب على النساء ارتداء ملابس محافظة وفضفاضة وواسعة بالإضافة إلى العباية	النظام	لا ضرورة للتحديث: خففت المملكة القوانين التي تفرض على النساء ارتداء العباية إلزامياً
	ينبغي على الرجال عدم ارتداء سراويل قصيرة وقمصان بلا أكمام	النظام	تخفيف الأنظمة التي تفرض على الرجال ارتداء اللباس الموحد تماشياً مع المعايير الغربية
	تتطلّب الشواطئ ملابس سباحة ساترة للنساء، وسراويل سباحة طويلة للرجال	النظام	لا ضرورة للتحديث: شواطئ خاصة في المملكة العربية السعودية تُتيح إمكانية ارتداء ملابس السباحة المريحة
العلاقات المتبادلة بين الجنسين	يتم الفصل بين العازبين والعائلات في أماكن عامة محددة	العرف الاجتماعي	تعزيز إلغاء الفصل بين الجنسين في المطاعم والمتاجر ومناطق الجذب السياحي
	فرض قيود على الشواطئ المخصصة لكلا الجنسين	العرف الاجتماعي	لا ضرورة للتحديث: دمج الشواطئ المخصصة لكلا الجنسين الموجودة في المملكة العربية السعودية، والتي تُدار ضمن الإطار العام والخاص على حد سواء
	لا يمكن للأفراد غير المتزوجين اقتسام الغرفة نفسها	النظام	لا ضرورة للتحديث: اعتُمد تخفيف الأنظمة وهو قيد الإعداد للتنفيذ
	يُمنع تبادل الأحضان والتقبيل في الأماكن العامة	النظام	تخفيف أنظمة إلغاء السريّة عن علامات الحب الخفية وغير العاطفية باعتبارها مخالفة قانونية
	يجب على الرجال تجنُّب الاتصال والاقتراب والتواصل البصري المطوّل مع النساء غير المعروفات لهم	النظام	تحد غير قابل للمعالجة
الطعام والشراب	يُمنع تناول الطعام والشراب والتدخين على العلن أثناء شهر رمضان المبارك	العرف الاجتماعي	تحد غير قابل للمعالجة





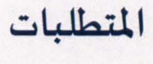
المصدر: تحليلات الفريق



المبادرة الثالثة: تأسيس صندوق لتطوير التواصل الجوي

الوصف

- تأسيس **صندوق لتطوير التواصل الجوي** لتحفيز شركات الطيران على تأسيس مسارات جديدة وتعزيز وتيرة الرحلات الجوية الدولية
- **ستكون شركات الطيران قادرة على تقديم عروض لتشغيل مسارات محددة** ضمن ظروف مواتية
- **سيتم اقتراح مجموعة متنوعة من المحفزات** استناداً إلى احتياجات السوق وشركات الطيران: المنح الثابتة، والانخفاض في الضرائب والرسوم، وتمويل الفجوة الكامنة في القدرة على الاستمرار
- **سيتأتّى التمويل** من المنح الحكومية وضرائب المطارات الجديدة



المتطلبات

375 مليون
ريال سعودي[1]

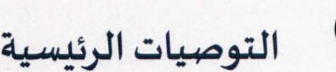
- سيتم دعم 26 مساراً ذات عوامل حمولة تتراوح بين 30% و80%
- معونة لما يتراوح بين **250 إلى 1,300 دولار لكل مقعد** وصولاً إلى عامل حمولة بنسبة تبلغ 80%
- تصميم **عملية واضحة وعادلة لتقديم العروض**
- **مواءمة المحفزات مع الجهات** (على سبيل المثال: الهيئة العامة للطيران المدني، ووزارة المالية)
- صندوق لإجراء **دراسات القدرة على الاستمرار للمسارات المستهدفة**



النتائج

- **دعم 700 ألف مقعد على مستوى 26 مساراً**
- **ربط المملكة بأسواق المصدر الرئيسية** (على سبيل المثال: الصين، واليابان)
- **مساهمة أعلى في الناتج المحلي الإجمالي** (500 مليون ريال سعودي[2])
- **تعزيز التوظيف** بما يتجاوز نطاق الطيران (مضاعف قدره 6.1 للوظائف غير المباشرة)





التوصيات الرئيسية

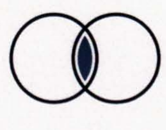
- **ينبغي على الصندوق تقديم مجموعة متنوعة من المحفزات التي تُلبّي مختلف احتياجات شركات الطيران:**
  - المِنَح الثابتة
  - الانخفاض في الضرائب والرسوم
  - تمويل الفجوة الكامنة في القدرة على الاستمرار، وحُزم الدعم
- **ينبغي أن تهدف المحفزات إلى البدء السريع بالمسارات، وألّا تكون معونة دائمة** (أُفق زمني يتراوح بين 2 إلى 5 سنوات)
- **ضمان قدرة المسارات على الاستمرار من الناحية الاقتصادية للحيولة** دون الإغلاق في نهاية فترة المحفز
- **ينبغي أن يتبع الصندوق إلى منظومة وزارة السياحة لمواءمة المحفزات** مع أهداف الاستراتيجية
- **لأغراض التمويل، ينبغي على الصندوق ما يلي:**
  - ينبغي تمويله في بادئ الأمر عبر منحة حكومية
  - صناديق إضافية عبر ضرائب المطارات

1. تكلفة تقديم المعونات للمسارات الثلاثين المطلوبة، إلى جانب عامل حمولة يتراوح بين 30% و80% بتكلفة لكل ميل
2. يُقدّر أن يكون مضاعف الناتج المحلي الإجمالي 3.25 في الإنفاق على الطيران



ثمّة 3 أنواع من المحفزات تُستخدم من جانب صناديق الاتصال الجوي





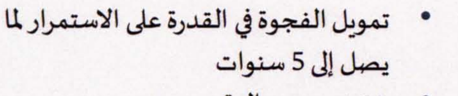
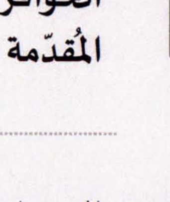
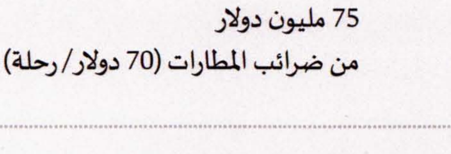
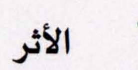
	المِنَح الثابتة	الانخفاض في رسوم المطارات والضرائب المحلية	تمويل الفجوة في القدرة على الاستمرار/ حُزمة الدعم المالي
الوصف	مبلغ ثابت يُقدّمه الصندوق إلى شركة الطيران العاملة طوال الفترة الزمنية المدعومة	خفض النسبة أو الإعفاء من الضرائب الحكومية/ ضرائب المطارات المحددة (على سبيل المثال: أوقات الهبوط، وضرائب الوقود)	استناداً إلى دراسة جدول أعدّتها شركة الطيران (أو هيئة أقل شيوعاً)، سيُعوّض الصندوق الثغرة لجعل المسار قادراً على الاستمرار من الناحية الاقتصادية[1]
الفترة الزمنية النموذجية	2 إلى 3 سنوات	2 إلى 5 سنوات	2 إلى 5 سنوات
المتطلبات الرئيسية من شركة الطيران	• دراسة جدوى ينبغي على شركة الطيران تقديمها (تُحدد الخطة الرّامية إلى جعل المسار قادراً على الاستمرار على المدى الطويل) • ضمانة لعدد من حالات الدوران على مدار الفترة الزمنية المدعومة • في بعض الحالات: المستوى المطلوب من المعونة اللازمة لتشغيل المسار (يُحدد الصندوق مبلغاً بدلاً من ذلك)		
السياق العام	أسواق أكثر نُضجاً تكون فيها احتياجات شركة الطيران معروفة	شائعة على مستوى الأسواق	سوق أقل نُضجاً، بوجودة شركات طيران قائمة ترغب في تقديم العروض وتشغيل المسارات

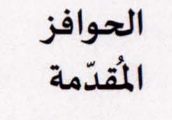
1. يتم احتساب ذلك استناداً إلى التكلفة لعدد المقاعد التي سيتم شراؤها بسعر مدعوم (على سبيل المثال: يجب شراء 50% من المقاعد بمبلغ لا يزيد على 300 ريال سعودي في الهند)

المصدر: حكومة المملكة المتحدة، و"بروموتور توريزمو"، و"غوبيرنو دي كاناریاس"، وحكومة الهند، و"بي بي تي"، و"فايننشال تايمز"



تستخدم العديد من الدول آليات تحفيز مختلفة لزيادة الاتصال الجوي

					
	الدولة	الهند (2016UDAN,)	جزر الكناري (2018FDF,)	المملكة المتحدة (2015DDF,)	المملكة المتحدة (مطارات المملكة المتحدة، 2019)
	الهدف	تحفيز الطّلب على المطارات الإقليمية	تقديم المحفزات المالية لاستحداث مسارات دولية جديدة	تطوير مسارات دولية من مطارات المملكة المتحدة بوجود أقل من 5 مليون مسافر سنوياً	تعزيز ترابط المسارات المحلية
	الحوافز المُقدّمة	• تمويل الفجوة في القدرة على الاستمرار لما يصل إلى 5 سنوات • خفض رسوم الوقود • انعدام/ انخفاض رسوم المطارات	• تقديم محفزات ثابتة على مدار فترة تصل إلى سنتين (100 ألف - 200 ألف دولار لكل مسار)	• حُزم دعم مالي مخصصة لمدة 3 سنوات	• أوقات مضمونة في لندن هيثرو • خفض ضرائب ورسوم المطارات
	التمويل	75 مليون دولار من ضرائب المطارات (70 دولار/ رحلة)	4 مليون دولار من هيئة السياحة	68 مليون دولار من المنح الحكومية	12 مليون دولار من هيئة المطارات
	الأثر	28 مساراً جديداً	10 مسارات جديدة	19 مساراً جديداً (مسافرون محليون تزيد نسبتهم على 5% في الفترة الممتدّة بين 2015-2018)	4 مسارات جديدة





المصدر: حكومة المملكة المتحدة، و"بروموتور توريزمو"، و"غوبيرنو دي كانارياس"، وحكومة الهند، و"بي بي تي"، و"فايننشال تايمز"





يجب توفير الدعم لـ 26 مساراً مُحدداً

دولة المصدر	الطريق	العدد المتوقع للمسافرين (بالمليون)	رحلات الطيران المطلوبة إلى المملكة العربية السعودية أسبوعياً	عامل الحمولة	الحمولة المستهدفة	إجمالي المقاعد التي يتعيّن دعمها على مدار 4 سنوات	المعونة لكل مقعد[1]	معونة إجمالية على مدار 4 سنوات
أستراليا	سيدني - الرياض/ جدة	0.08	8	%75	%80	27,130	1,112 دولار	30.2 مليون دولار
النمسا	فيينا - الرياض/ جدة	0.02	3	%59	%80	43,161	327 دولار	14.1 مليون دولار
كندا	مونتريال - الرياض/ جدة	0.07	5	%65	%80	51,093	883 دولار	45.1 مليون دولار
الصين	بكين - الرياض/ جدة	0.07	7	%76	%80	37,184	686 دولار	12.8 مليون دولار
الصين	شانغهاي - الرياض/ جدة	0.07	7	%76	%80	37,184	630 دولار	11.7 مليون دولار
جمهورية التشيك	براغ - الرياض/ جدة	0.01	1	%52	%80	19,500	344 دولار	6.7 مليون دولار
فنلندا	هيلسينكي - الرياض/ جدة	0.01	1	%60	%80	14,303	373 دولار	5.3 مليون دولار
فرنسا	باريس - الرياض/ جدة	0.08	8	%77	%80	15,568	407 دولار	6.3 مليون دولار
اليونان	أثينا - الرياض/ جدة	0.01	1	%62	%80	12,446	228 دولار	2.8 مليون دولار
هنغاريا	بودابست - الرياض/ جدة	0.01	1	%44	%80	25,439	306 دولار	7.4 مليون دولار
إيرلندا	دبلن - الرياض/ جدة	0.01	1	%39	%80	28,412	470 دولار	13.4 مليون دولار
إيطاليا	ميلان - الرياض/ جدة	0.06	6	%75	%80	20,574	354 دولار	7.3 مليون دولار
اليابان	طوكيو - الرياض/ جدة	0.03	4	%64	%80	44,797	756 دولار	33.9 مليون دولار
هولندا	أمستردام - الرياض/ جدة	0.01	1	%45	%80	24,304	405 دولار	9.9 مليون دولار
نيوزيلندا	أوكلاند - الرياض/ جدة	0.01	2	%51	%80	40,982	1,299 دولار	53.2 مليون دولار
النرويج	أوسلو - الرياض/ جدة	0.01	2	%41	%80	55,049	417 دولار	23 مليون دولار
بولندا	فارسوفيا - الرياض/ جدة	0.02	2	%77	%80	4,604	326 دولار	1.5 مليون دولار
رومانيا	بوخارست - الرياض/ جدة	0.01	1	%67	%80	9,421	324 دولار	3 مليون دولار
روسيا	موسكو - الرياض/ جدة	0.12	12	%78	%80	18,677	250 دولار أمريكي	4.7 مليون دولار
سنغافورة	سنغافورة - الرياض/ جدة	0.01	1	%46	%80	23,640	579 دولار	13.7 مليون دولار
كوريا الجنوبية	سيؤول - الرياض/ جدة	0.02	3	%60	%80	40,977	657 دولار	27 مليون دولار
السويد	ستوكهولم - الرياض/ جدة	0.02	3	%58	%80	46,722	387 دولار	18 مليون دولار
سويسرا	زيوريخ - الرياض/ جدة	0.02	3	%63	%80	34,861	365 دولار	12.7 مليون دولار
أوكرانيا	كييف - الرياض/ جدة	0.01	1	%55	%80	17,237	277 دولار	4.7 مليون دولار
الولايات المتحدة الأمريكية	نيويورك - الرياض/ جدة	0.10	10	%77	%80	17,833	915 دولار	16.3 مليون دولار
الولايات المتحدة الأمريكية	واشنطن - الرياض/ جدة	0.09	9	%77	%80	16,049	924 دولار	14.8 مليون دولار

إجمالي حجم
400 مليون دولار الصندوق
100 مليون دولار سنوياً

1. استناداً إلى تكلفة الميل الواحد لتفعيل المسار (تُقدّر بـ 0.14 لشركات الشحن في الشبكة

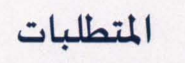
المصدر: OAG



المبادرة الثامنة: إنشاء شركة وطنية لإدارة الوجهات

الوصف

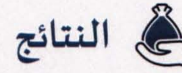
- تأسيس جهة داعمة للشركات الوطنية لإدارة الوُجهات لضمان تقديم الأنشطة السياحية الرئيسية في الوُجهة
- في كافة الوجهات السياحية الرئيسية في العالم، تؤدي شركات إدارة الوجهات السياحية دوراً رئيسياً عبر أداء دور الوسيط بين الشركات فيما بينها وبين الشركات والعملاء، ومُقدّمي الخدمات في الميدان
- تتولّى في بعض الحالات مُلكية الأصول وإدارة الأنشطة مباشرةً



المتطلبات

الحاجة الأولية من رأس المال - يتعيّن تحليلها بشكل أكبر عند التقييم الكامل لمدى الحاجة في الفعاليات والأنشطة والنقل المحلي

- طاقم العمل
  - الموظفون التجاريون، وموظفو المبيعات
  - الموظفون التشغيليون
  - الموظفون الإداريون
- الأصول (غير شمولية)
  - السيارات، والرحلات، وحافلات النقل
  - المخيمات
  - الحدائق



النتائج

- تحسين تجربة السياح ومدى رضاهم



التوصيات الرئيسية

- ضم شركة إدارة وجهات سياحية **مدعومة بالحكومة بالكامل** بما يُراعي تدنّي مستوى نُضج قطاع السياحة الترفيهية
- تقديم دليل شامل للخدمات على شكل **تجارب طبيعية، ورحلات، ورياضات، وأنشطة ترفيهية، وتجربة تناول طعام العشاء، والفعاليات**
- يتعيّن أن تعمل شركة إدارة الوجهات السياحية باعتبارها **جهة مُجمّعة للخدمات** (تملك أصولاً محددةً مثل مركبات النقل، والمخيمات الصحراوية للرحلات والتجارب الصحراوية) تُقدّم الخدمات **لعملاء من الشركات بشكل رئيسي مثل شركات تسيير الرحلات، والفنادق، والمؤسسات، والشركات المتخصصة في تخطيط الفعاليات**
- تُباع الخدمات على شكل حُزم **مخصصة للفعاليات المؤسسة وحُزم قياسية لغيرها**
- تمتلك شركات إدارة الوجهات السياحية **موظفين تشغيليين في** المملكة العربية السعودية، و**موظفين تجاريين يعملون في دول المصدر** الرئيسية

1. الطعام والشراب: المصدر: المقارنات المعيارية لشركات إدارة الوجهات السياحية الرائدة، والتقارير السنوية، ومُدخلات الخبراء، وتحليلات الفريق




الأنشطة التي تندرج تحت نطاق شركات إدارة الوجهات الرائدة في العالم

الجولات
- النزول من الحافلة والتجول في مكان ما
- رحلات المدينة
- الجولات الثقافية وفي المتاحف
- الجولات بالقوارب
- الجولات الجوية

الطبيعة
- تجربة الصحراء
- تجربة الجبال
- الغطس باستخدام أنبوب الاستنشاق، والغوص
- الحياة البرية

الرياضة
- الرياضات المائية
- رياضات المغامرات
- الرياضات الخطرة
- الرياضات الترويحية

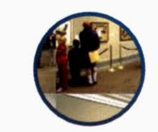
الترفيه
- مناطق الجذب الترفيهية
- الرفاه
- الأنشطة الترفيهية المباشرة
- الترفيه الرقمي

الأطعمة والمشروبات
- تجارب تناول وجبة العشاء

الفعاليات
- المهرجانات والمعارض
- فعاليات الشركات
- التقاليد







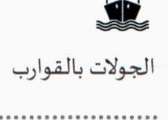


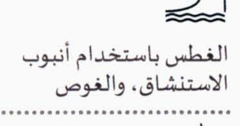


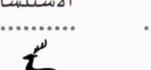
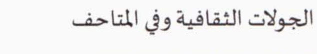
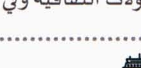


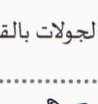
















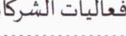












المصدر: المقارنات المعيارية لشركات إدارة الوجهات السياحية من الطراز العالمي، والمقابلات مع الخبراء، وتحليل فريق الاستراتيجية



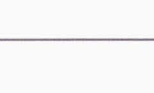




جرى تحليل النموذج التشغيلي والمؤشرات المالية الرئيسية لثلاث شركات كُبرى متخصصة في إدارة الوجهات في العالم






		AlliedPRA	Cox & Kings	dnata
الدولة		الولايات المتحدة	الهند	الإمارات
المسؤولية المباشرة  		مموّلة بواسطة الأسهم الخاصة	مُدرجة في السوق المالي	مموّلة بواسطة الحكومة
النطاق  	الأنشطة	• فعاليات الشركات • جولات • الأطعمة والمشروبات	• فعاليات الشركات • جولات	• جولات • الطبيعة • الرياضة • الترفيه • الأطعمة والمشروبات
	الطبيعة	مُجمّع الخدمات	مُجمّع الخدمات	مُجمّع الخدمات ومالك الأصول[2]
النموذج التشغيلي	العملاء	• منظمو الفعاليات • الشركات • المسافرون الأفراد • مشغلو الرحلات	• المسافرون الأفراد • الشركات، • منظمو الفعاليات، • مشغلو الرحلات	• المسافرون الأفراد • الشركات • منظمو الفعاليات، • مشغلو الرحلات
	مقدمو الخدمات/ المزوّدون	• الفنادق، • المطاعم • الشركات الإعلامية • مراكز المؤتمرات • شركات السفر	• فنادق • المطاعم • الشركات الإعلامية • مراكز المؤتمرات • شركات النقل المحلية	• فنادق • مطاعم • الحدائق الترفيهية • شركات تنظيم الرحلات البحرية • منظمات رياضات المغامرات
	طاقم العمل	غير متوفرة	3 آلاف موظف	غير متوفرة
	المنتجات	الحُزم القياسية والمخصصة	الحُزم القياسية والمخصصة	الحُزم القياسية والمخصصة
الإيرادات 		حوالي 200 مليون دولار (بشكل رئيسي من الحُزم المخصصة لتخطيط الفعاليات)	حوالي 350 مليون دولار (حوالي 40% من فعاليات الشركات، وحوالي 30% لحُزم الرحلات)	الإيرادات: 900 مليون دولار[1] (بشكل رئيسي من حُزم الرحلات القياسية للتجارب في الصحراء، وزيارة معالم المدينة، والمغامرات)



1. تمثل الإيرادات الموحدة لجميع الشركات التابعة لشركة دناتا تحت عنوان "فئة أعمال تقديم خدمات السفر"؛ 2. امتلاك الأصول لتيسير سُبل تقديم الخدمات على شكل مخيمات في الصحراء، ومركبات نقل؛ المصدر: التقارير السنوية، وتقارير الإعلام، والبحوث المكتبية



المبادرة التاسعة: تنظيم حملة تسويق وتواصل

يتعيّن على فريق التسويق تحديد تفاصيلها بشكل أكبر

الوصف

- تخصيص **الأموال لإدارة التسويق** ضمن الجهة المروّجة التي تأسست حديثاً من أجل:
  - **توظيف المواهب**، وبناء القدرات التسويقية
  - إعداد وصقل **علامة تجارية متماسكة للسياحة السعودية**
  - **تنظيم حملات وفعاليات قوية للترويج إلى المملكة العربية السعودية على المستوى المحلي وفي الخارج**



المتطلبات

حوالي 500 مليون ريال سعودي

- **تستثني هذه الميزانية تكاليف الموظفين والتكاليف الجارية**
- تشكيل **فريق تسويق داخلي** واضح لتنظيم الحملات
- مواصلة **إقامة الشراكات مع الوكالات المبتكرة** لإعداد مفاهيم إبداعية
- بناء **شراكات مع المؤسسات السياحية الفاعلة محلياً ودولياً** (على سبيل المثال: السعودية، والسيرة)




النتائج

- **زيادة الرغبة بالسفر إلى المملكة العربية السعودية**
- **علامات تجارية قوية ذات مبادئ توجيهية واضحة للترويج** مستقبلاً
- **تنفيذ مجموعة واضحة من مبادرات الترويج** خلال السنة القادمة

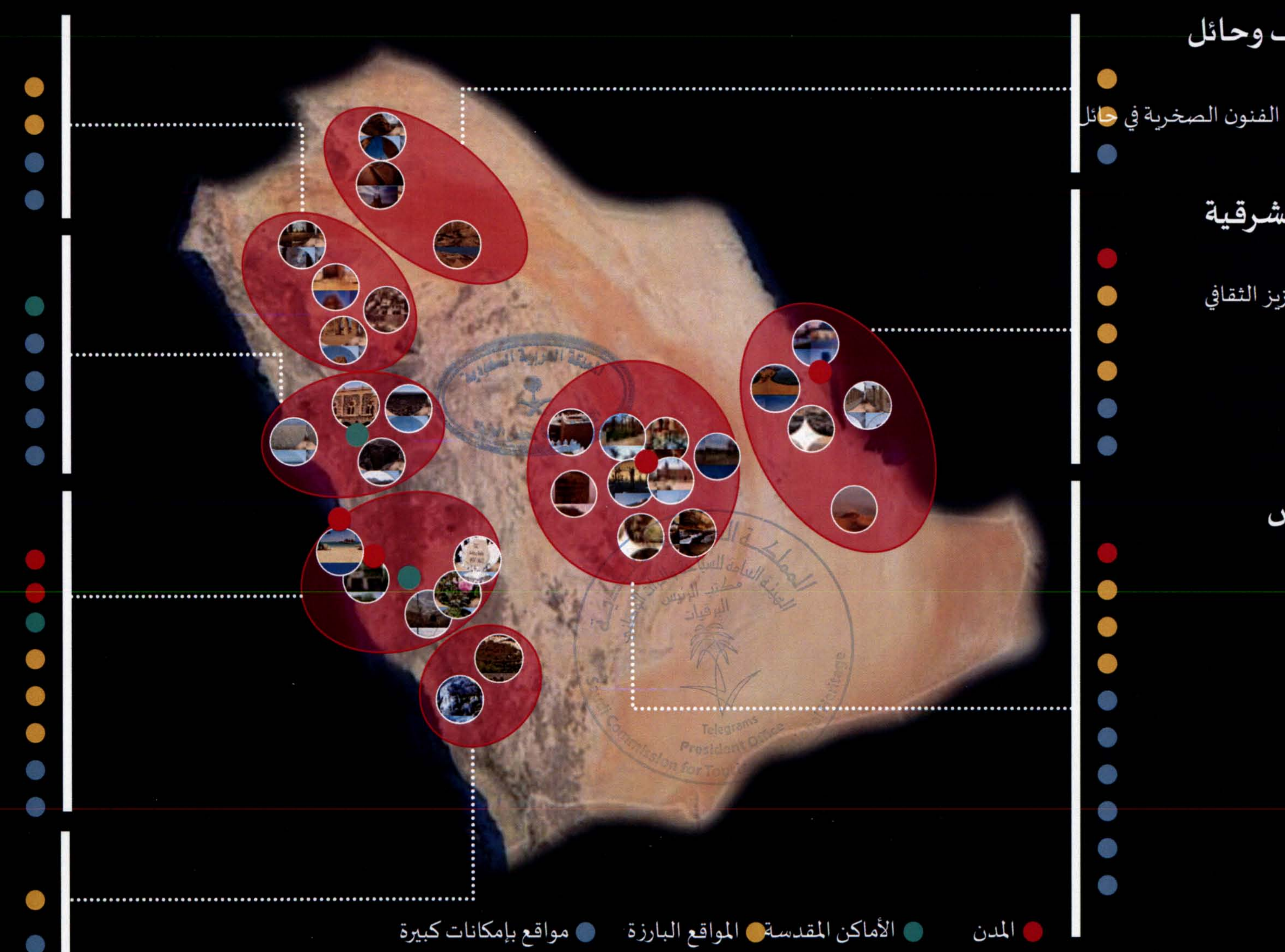


التوصيات الرئيسية

- **ينبغي أن يتمحور تركيز التواصل الأولي على المواقع الجاهزة وأغراض السفر المستهدفة لمرحلة "استكشف السعودية"**
  - التركيز على 7 وُجهات و38 موقعاً جاهزاً
  - عرض أبرز مواقع المغامرات والمواقع التراثية والثقافية في المملكة العربية السعودية
- **بعد ذلك، تقديم المشاريع الكبرى وأغراض السفر الأخرى** (مثل: الاستمتاع بالشمس والبحر، والترفيه) **لإعداد الجمهور المستهدف لمرحلة "التجربة"**
- مواصلة تنفيذ **7 ركائز للترويج والتواصل** جرى تحديدها نظراً لعدم نسيان أي نشاط رئيسي
- تقديم **نطاق عمل واختصاص واضح للجهة المروّجة التي تأسست حديثاً لتولّي زمام الترويج والتواصل** لقطاع السياحة في المملكة العربية السعودية

1. الفعاليات، والعلاقات العامة الدولية، والعلاقات العامة المحلية، والشراكات، والتسويق الرقمي والتقليدي، والاستراتيجية والمكانة، والمحتوى والترويج للعلامة التجارية

ينبغي أن يتمحور تركيز حملات التواصل الأولي على الوجهات السبعة والمواقع الـ 38 الجاهزة فيها





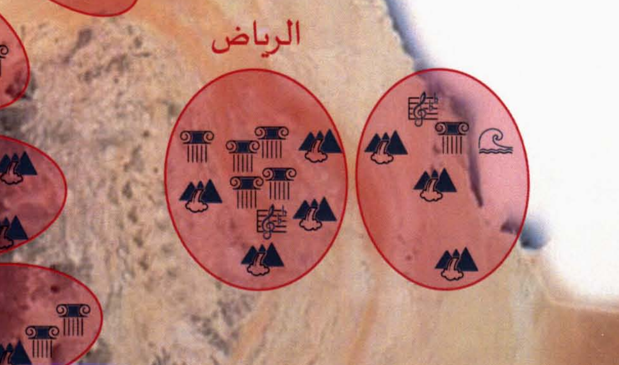
ينبغي أن يتمحور تركيز الحملات الأولية على فئتين رئيسيتين لمرحلة "استكشف" السعودية: المغامرات، والثقافة، والتراث


16 موقع تراث وثقافة

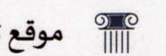

13 موقع مغامرات


3 مواقع للاستمتاع بالشمس والبحر

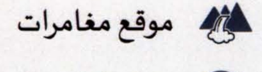

3 مواقع للترفية والتسوق

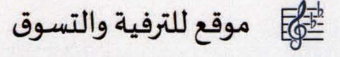


غرض السفر الرئيسي

 موقع تراثي وثقافي

 موقع مغامرات

 موقع للاستمتاع بالشمس والبحر

 موقع للترفية والتسوق





ينبغي أن تُواصل الجهة المروّجة تنفيذ الركائز السبعة المحدّدة نظراً لعدم نقص أي أنشطة رئيسية

1 الفعاليات	2 العلاقات العامة الدولية	3 العلاقات العامة المحلية	4 الشراكات	5 التسويق الرقمي والتقليدي
تنظيم الفعاليات	الإعلام العام	العلاقات الإعلامية المحلية	الصناعة (بما يشمل مذكرات التفاهم)	منصة السياحة (شبكة الويب والتطبيقات)
الإعلام والإعلان عن الفعاليات	إدارة الرحلات	التعهيد الجماعي العام	شراكات التواصل	تحسين محركات البحث
	المؤثرون والمشاهير الدوليون	الإعلام الإبداعي ومواقع التواصل الاجتماعي		الحملات وشراء الخدمات الإعلامية
	البرامج الأخرى	التدريب		

6 الاستراتيجية والمكانة: الاستراتيجية – تحديد الموقع

7 المحتوى والترويج: تطوير الهوية المميزة لتلك المناطق – المبتكرون – مركز المحتوى

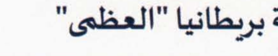


باعتبارها دولة سياحية، ينبغي أن تواصل المملكة العربية السعودية تطوير علامات تجارية قوية لتعزيز الوعي

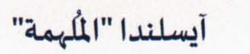


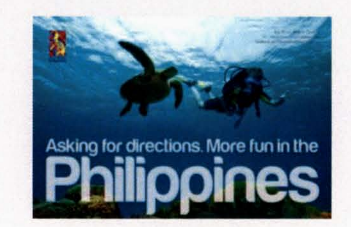




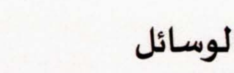
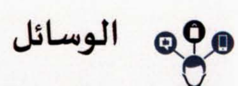
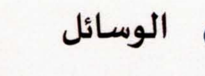


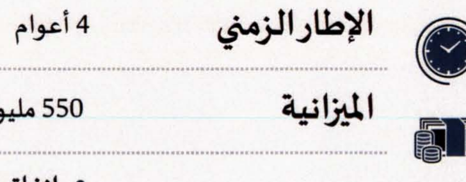


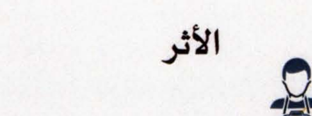


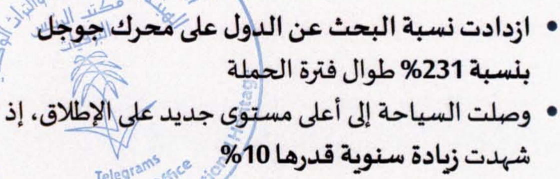


	حملة بريطانيا "العظمى"	آيسلندا "المُلهمة"	المتعة أكثر في الفلبين
الغايات	• تعزيز الوعي بالمملكة المتحدة في الخارج • تشجيع الزوار على استكشاف بريطانيا برمّتها • عرض أبرز غرضين للسفر تهدف المملكة المتحدة إلى تحقيقهما: المغامرات والثقافة	• إبراز الجمال الطبيعي في آيسلندا • إظهار أنها وُجهة آمنة (الانفجار بعد ثوران البركان) • جعل آيسلندا جاذبة للمسافرين لأغراض المغامرات	• تحسين صورة الدولة • إظهار أن الدولة تُمثّل وُجهة جاذبة لقضاء عطلة نهاية الأسبوع • إظهار أن الدولة تُمثّل دولة رائدة للسياحة المستدامة
الوسائل	• عبر الإنترنت • اللوحات الإعلانية	• الإعلام الاجتماعي • الإعلانات المطبوعة	متنوعة وشاملة (مواقع التواصل الاجتماعي، وعبر شبكة الإنترنت، والمجلات، والتطبيقات، وغيرها)
الإطار الزمني	4 أعوام	سنة واحدة	سنتان
الميزانية	550 مليون ريال سعودي	10 ملايين ريال	37.5 مليون ريال سعودي
الأثر	• إنفاق إضافي بقيمة مليار دولار من الزوّار الخارجيين • 16 مليون دولار على شكل تمويل شريك • تعزيز الوعي من السياحة البريطانية	• ازدادت النظرة الإيجابية حيال آيسلندا على مدار الحملة (على سبيل المثال: بنسبة تزيد على 48% في المملكة المتحدة، ونسبة تزيد على 25% في ألمانيا) • سنة واحدة بعد تجاوز عدد الزيارات لسقف التوقعات بنسبة 27%	• ازدادت نسبة البحث عن الدول على محرك جوجل بنسبة 231% طوال فترة الحملة • وصلت السياحة إلى أعلى مستوى جديد على الإطلاق، إذ شهدت زيادة سنوية قدرها 10%



ستُساهم ميزانية الترويج والتواصل في المملكة العربية السعودية في جعل المملكة من بين الوجهات الرائدة من حيث الإنفاق على التسويق

2017-2016

	الدولة	إجمالي الإنفاق على التسويق بالمليون ريال سعودي	الإنفاق على التسويق/ الوصول الدولي بالريال السعودي
دولياً	أستراليا	352	53.4
	سويسرا	292	34.0
	البرتغال	264	33.0
	إيرلندا	204	24.3
	جنوب أفريقيا	208	21.7
	كندا	270	16.0
	اليابان	197	14.7
	سنغافورة	142	9.1
	ماليزيا	175	6.8
	هنغاريا	99	6.6
	هولندا	69	5.8
إقليمياً	مصر	183	18.4
	جزر المالديف	15	14.6
	الأردن	40	10.1
	تركيا	257	7.1

إنفاق المملكة العربية السعودية[1]: 382 مليون ريال سعودي

إنفاق المملكة العربية السعودية[2]: 54 ريال سعودي

1. باستثناء تكاليف التسويق والموظفين
2. استناداً إلى العدد المتوقع للزوّار للأغراض الترفيهية ولزوار المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات في عام 2022 (باستثناء الزيارات الدينية، وزيارات الأقارب والأصدقاء)

المصدر: فريق التمويل لدى TCA، ومنظمة السياحة العالمية، والتقارير السنوية لهيئة السياحة الوطنية، وتحليلات الفريق



إجمالي المسيرة السياحية قيد النظر



مؤشر تجربة الزائر: المنهجية (2/1)



المرحلة الأولى

الاستكشاف

نهج على مستوى المسيرة الكلية لفهم الصورة الكبرى

المرحلة الثانية

القياس

قياس مستوى الأداء لتحديد مجالات التحسين



المرحلة الثالثة

تحديد الأولويات

تحديد نقاط التواصل الأكثر أهمية في مجمل المسيرة



المرحلة الرابعة

التشخيص

مقياس تشخيصي عميق ومتخصص لنقاط التواصل ذات الأولوية عبر مستويات مختلفة

تحديد الوضع الأساسي (المراحل الأولى إلى الثالثة)

التتبع (المرحلة الرابعة)




مؤشر تجربة الزائر: المنهجية (2/2)

خطوات المسيرة	التعرف	الاستعداد	الوصول	الإقامة: التخطيط	الإقامة: التجول	الإقامة: تناول الطعام	الإقامة: الفنادق	الإقامة: الأنشطة	الإقامة: أوجه التفاعل	المغادرة	المتابعة، المشاركة
العروض العامة (أمثلة)											
نقاط التواصل (كما هو مقدم في طلب تقديم العروض) مثال	١ الوجهة ومعلومات السفر	٢ إجراءات التأشيرة	٢ الهجرة ٣ النقل	8 منظمو الرحلات والأدلاء السياحيين	٣ النقل	٥ الأغذية والمشروبات ١١ أسعار الخدمات	٤ الإقامة	٦ المواقع التاريخية والأثرية ٧ الترفيه ٩ مناطق الجذب السياحي	١٠ الضيافة في المجتمع المحلّي	النقل الهجرة	مواقع التواصل الاجتماعي، التعقيبات سوء، التكرار
الأداء، المشاعر، التعقيبات	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية توصية القيمة	الرضا النية التوصية القيمة
مجالات التحسين	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2 - التحسين المطلوب 3	- التحسين المطلوب 1	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2 - التحسين المطلوب 3	- التحسين المطلوب 1	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2	- التحسين المطلوب 1	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2 - التحسين المطلوب 3	- التحسين المطلوب 1 - التحسين المطلوب 2
الأولوية	1	3	1	2	2	3	3	1	غير محدد	1	2

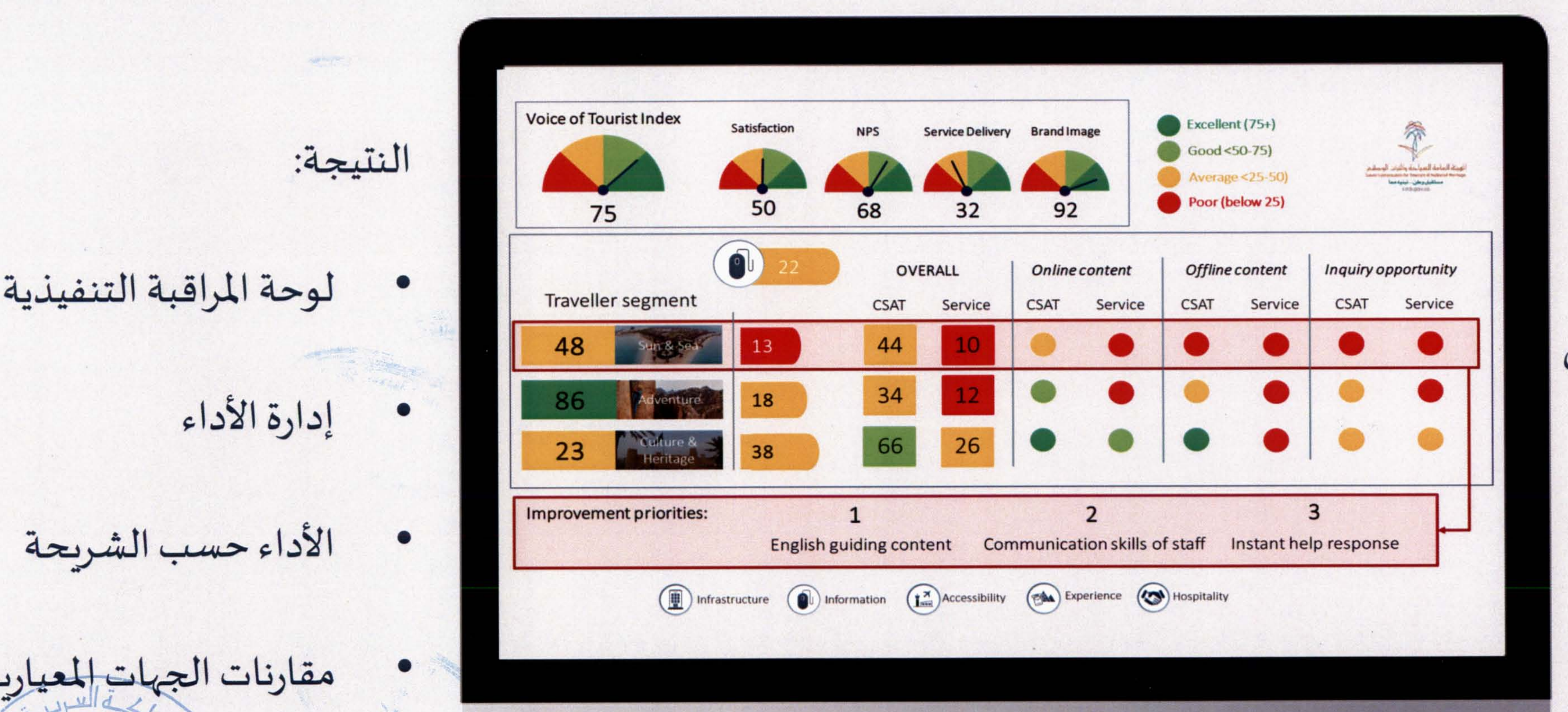
البنية التحتية — المعلومات — إمكانية الوصول — الاستمتاع بالتجارب — الضيافة

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معا
scth.gov.sa

مؤشر تجربة الزائر: لوحة المراقبة التوضيحية

المدخلات:

- الاستطلاعات
- التسوق غير المعلن
- مسارات البيانات الأخرى



النتيجة:

- لوحة المراقبة التنفيذية
- إدارة الأداء
- الأداء حسب الشريحة
- مقارنات الجهات المعيارية

تمثل الثقافة مجموعة السلوكيات المشتركة التي تؤثر على تجربة الزائر

و

أسلوب التفكير والقيم الأساسية التي تشكل كيف يعمل الأفراد ويتفاعلون يوميًا

تجربة الزوّار

السلوكيات

أسلوب التفكير

القيم

تستند التحولات الثلاثة الرئيسية التي سنركز عليها إلى رؤية 2030

شريحة توضيحية

التحول في أسلوب التفكير

قيم رؤية 2030	من ...	إلى ...
التحديث والتسامح	"تُمثّل السياحة تهديدًا لثقافتنا"	"هذه فرصة لتعزيز ثقافتنا من خلال تبادلها مع العالم"
التميز والانضباط	"الحكومة لا تساعدني وليس لدى السياح توقعات واقعية"	"يمكنني تحقيق النجاح بتركيز جذري على ما يمكنني السيطرة عليه"
العدالة والشفافية	"ستفيد السياحة القليل من الأفراد، وأنا لست منهم"	"تشكل السياحة فرصة اقتصادية كبرى لنا جميعًا"



تحدد 3 خطوات رئيسية تنفيذ الاستراتيجية للجاهزية المحلية



aberkyn

على هذا النحو ولضمان تحقيق نتائج فعالة، تُنظم الاستراتيجية المحلية نموذج التحول الثقافي

يعزز نموذج التحول الثقافي معدلات النجاح بنسبة 360%

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa





سيتم تنفيذ الاستراتيجية من خلال قائمة تضم 8 مبادرات

1 توعية الجمهور...

1.1 الحملات المحلية

1.2 المقابلات الحكومية

1.3 حملات التوعية الداخلية للجمهور

2 ... وتدريبه ...

2.1 منتدى "التعليم العالي"

2.2 التدريب المخصص للجهات الرئيسية

2.3 التدريب على التعامل مع الجمهور

3 ... بينما نقوم بإدارة التنفيذ ومراقبته

3.1 صياغة ثقافة الاستضافة السعودية المنشودة

3.2 مراقبة التقدم المحرز وتنسيق التنفيذ




aberkyn



لضمان تحقيق نتائج فعالة، تغطي الاستراتيجية المحلية جميع عوامل التغيير الثقافي الخمسة

تؤدي تغطية جميع جوانب القصة إلى تعزيز معدل النجاح بنسبة 360%

مجلس الإدارة — الفهم والاقتناع

"أعرف ما هو متوقع مني
- وأتفق معه، وهذا مفيد بالنسبة لي"

ج — الثقة وبناء المهارات

"أمتلك المهارات والفرص لأتصرف بطريقة جديدة"



هـ — الآليات الرسمية

"تجري إزالة الحواجز وسأحصل على المكافآت مقابل إجراء التغييرات التي تُطلب مني"

د — نمذجة الأدوار

"أرى قادتي وزملائي والأفراد الذين أحترمهم يتصرفون بشكل مختلف"



أ — مكتب التكامل

صياغة ثقافة الاستضافة السعودية المنشودة
، ومراقبة التقدم المحرز وتنسيق التنفيذ



سيتم تقسيم عملية التنفيذ بين الاستجابة الفورية والمنهجية قصيرة إلى متوسطة المدى

	بشكل فوري (27 سبتمبر)	المديان القصير-المتوسط (3 سنوات)
التوعية 1	**الجمهور السعودي** 1.1 الحملات المحلية 1.2 المقابلات الحكومية	**الجمهور السعودي** 1.1 الحملات المحلية 1.2 المقابلات الحكومية
	الجهات الحكومية • المديرية العامة للأمن العام	**الجهات الحكومية** 1.3 حملات التوعية الداخلية للجمهور
التدريب 2	**الجهات الحكومية** 2.1 منتدى "التعليم العالي"	**الجهات الحكومية** 2.2 التدريب المخصص للجهات الرئيسية
	المتعاملون مع السيّاح 2.3 التدريب على التعامل مع الجمهور	**المتعاملون مع السيّاح** 2.3 التدريب على التعامل مع الجمهور
الإدارة والمراقبة 3	3.1 صياغة ثقافة الاستضافة السعودية المنشودة 3.2 مراقبة التقدم المحرز وتنسيق التنفيذ	مكتب التكامل

أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

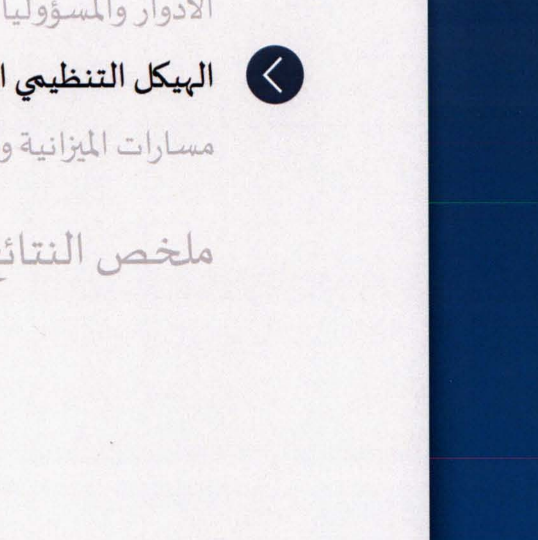
الحوكمة الشاملة للقطاع

الأدوار والمسؤوليات المقترحة للجهات السياحية

الهيكل التنظيمي المقترح من المستوى الأول للجهات السياحية

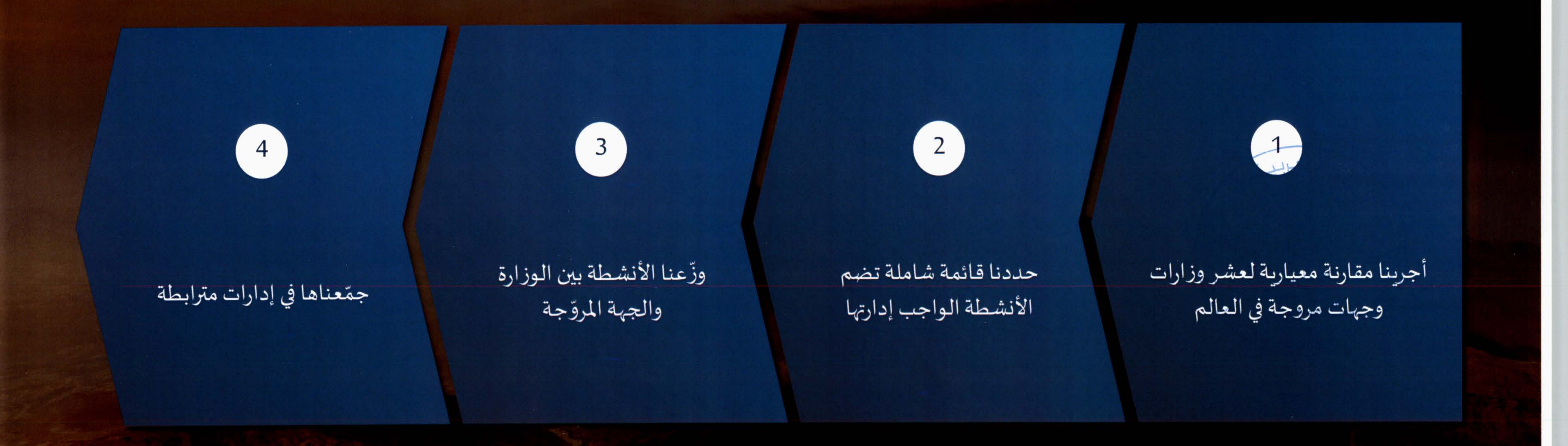
مسارات الميزانية والإيرادات للجهات السياحية

ملخص النتائج والمتطلبات








المنهجية: اتبعنا عملية من أربع خطوات
لإعداد المخططات التنظيمية
1
أجرينا مقارنة معيارية لعشر وزارات
وجهات مروجة في العالم
2
حددنا قائمة شاملة تضم
الأنشطة الواجب إدارتها
3
وزّعنا الأنشطة بين الوزارة
والجهة المروّجة
4
جمّعناها في إدارات مترابطة

وُزّعت الأنشطة الرئيسيّة على وزارة السياحة ومنظمة السياحة الوطنية، وتتطلب بضعة أنشطة مدخلات من كلا الجهتين

الأنشطة الرئيسية (1)	الجهة المسؤولة
1 تحديد استراتيجية القطاع وتخطيطها	الوزارة
2 وضع سياسة السياحة	الوزارة
3 تطوير الوجهات الاستراتيجية	الوزارة
4 تخطيط القوى العاملة في السياحة	الوزارة
5 استراتيجية التقنية والابتكار	الوزارة
6 إدارة الإحصائيات وتحليل البيانات	الوزارة
7 الشؤون الدولية والعلاقات السياسية	الوزارة
8 الاتصالات الاستراتيجية	الوزارة
9 تحديد المعايير وإنفاذ المتطلبات	الوزارة
10 إدارة الترخيص والتفتيش	الوزارة
11 التخطيط المالي لقطاع السياحة	الوزارة
12 إدارة صناديق التنمية السياحية	الوزارة
13 التسويق والترويج الاستراتيجي	منظمة السياحة الوطنية

الأنشطة الرئيسية (2)	الجهة المسؤولة
14 إدارة الترويج الدولي	منظمة السياحة الوطنية
15 إدارة الترويج المحلي	منظمة السياحة الوطنية
16 تطوير المنتجات	منظمة السياحة الوطنية
17 تحديد مبتكرات تجارب الزوار وإدارة التنفيذ	منظمة السياحة الوطنية
18 الشراكات التجارية	منظمة السياحة الوطنية
19 إدارة الفعاليات والمؤتمرات[1]	منظمة السياحة الوطنية
20 مكاتب إدارة المشاريع	الوزارة
21 الخدمات المالية	الوزارة / منظمة السياحة الوطنية
22 إدارة الموارد البشرية	الوزارة / منظمة السياحة الوطنية
23 خدمات تقنية المعلومات	الوزارة / منظمة السياحة الوطنية
24 الخدمات القانونية	الوزارة / منظمة السياحة الوطنية
25 المراجعة الداخلية	الوزارة / منظمة السياحة الوطنية
26 إدارة الشؤون الإدارية والعمليات التشغيلية	الوزارة / منظمة السياحة الوطنية

نشاط أساسي
نشاط داعم
نشاط تقوم به الوزارة
نشاط تقوم به الجهتين
نشاط تقوم به منظمة السياحة الوطنية
نشاط تقوم به كل جهة

1. وحدها الفعاليات الرئيسية ستخضع لقيادة منظمة السياحة الوطنية
المصدر: تحليلات الفريق



تتألف أدوار القطاع من عدة أنشطة رئيسية (1)

أدوار القطاع		الأنشطة الرئيسية	الوصف
صنع الاستراتيجية والسياسات	1	تحديد استراتيجية القطاع وتخطيطها	• تحديد استراتيجية قطاع السياحة وتخطيط مراحل الإنجاز الرئيسية نحو تحقيق الاستراتيجية. ترجمة طموحات القطاع السياحي للبلاد إلى توجيه واضح للقطاع
	2	وضع سياسة السياحة	• يتطلب تطوير سياسات القطاع والجهات المعنية لديه حوار الجهات المعنية، وتقييم الخيارات ، وصياغة السياسات، استناداً إلى استراتيجية القطاع
	3	تطوير الوجهات الاستراتيجية	• توجيه التطوير الاستراتيجي للوجهات الرئيسية، بما في ذلك تحديد حجم البنية التحتية، والحفاظ على الحوار مع مزودي النقل، وتقييم متطلبات رأس المال
	4	تخطيط القوى العاملة في السياحة	• تحديد متطلبات المواهب (العدد والمهارات) لقطاع السياحة وتطوير برامج لتحقيقها؛ يتطلب فهم مهارات الضيافة وبرامج تنمية الموارد البشرية
	5	استراتيجية التقنية والابتكار	• قيادة الابتكار في هذا القطاع من خلال تحديد معايير التقنيات والشراكة مع الشركات الرائدة؛ يتطلب خبرة في التقنيات وإدارة الابتكار
	6	إدارة الإحصائيات وتحليل البيانات	• جمع وتجميع بيانات السياحة عبر القطاع، وتوفير تحليلات للجهات الفاعلة الرئيسية؛ يتطلب قدرات لإدارة مجموعات البيانات الضخمة واستخلاص الأفكار الرئيسية
	7	الشؤون الدولية والعلاقات السياسية	• إدارة العلاقات السياسية مع الدول والمؤسسات الدولية الأخرى؛ يتطلب فهم السياق السياسي (الثنائي) والمواءمة مع الوزارات الأخرى
	8	الاتصالات الاستراتيجية	• قيادة الاتصالات الاستراتيجية مع الجهات المعنية الرئيسية وإطلاع الصحافة؛ يتطلب خبرة في الاتصال مع المؤسسات الدولية وفهم المشهد الإعلامي
اللوائح	9	تحديد المعايير وإنفاذ المتطلبات	• وضع اللوائح ومعايير الجودة وضمان الإنفاذ؛ يتطلب معرفة السياق التنظيمي في المملكة وكذلك فهم معايير الضيافة
	10	إدارة الترخيص والتفتيش	• إدارة عملية التسجيل ومنح التراخيص لشركات الضيافة؛ يتطلب تعاون وثيق مع قسم المعايير / اللوائح

المصدر: تحليلات الفريق



تتألف أدوار القطاع من عدة أنشطة رئيسية (2)

أدوار القطاع	الأنشطة الرئيسية	الوصف
جذب التمويل وتوزيعه	11 التخطيط المالي لقطاع السياحة	• إدارة المسائل المالية لقطاع السياحة، بما في ذلك التخطيط المالي وتحديد مساهمة القطاع الخاص/ السياح؛ يتطلب خبرة واسعة في تمويل الشركات
	12 إدارة صناديق التنمية السياحية	• إدارة صندوق التنمية السياحية، بما في ذلك تقييم المبادرات واختيارها وتخصيص التمويل؛ يتطلب خبرة في إنشاء وإدارة الصناديق في المملكة
الترويج والتسويق	13 التسويق والترويج الاستراتيجي	• تطوير محتوى تسويقي لتشجيع السياحة في المملكة وتطوير وإدارة علامة تجارية سياحية رائدة؛ يتطلب خبرة تسويقية سياحية واسعة عبر مختلف القنوات
	14 إدارة الترويج الدولي	• تشجيع السياحة في المملكة من خلال المكاتب في الخارج؛ يتطلب إدارات دولية مع فهم لغة الدولة وكذلك العملاء الرئيسيين
	15 إدارة الترويج المحلي	• تشجيع السياحة في المملكة محلياً عن طريق التعاون مع مكاتب إدارة الوجهات؛ يتطلب فهم شرائح العملاء الرئيسية وتفضيلات السفر لديها
	16 تطوير المنتجات السياحية	• تحديد الفرص لتطوير المنتجات السياحية باستمرار عبر مختلف وجهات المملكة؛ يتضمن تحليل عروض المملكة، وكذلك التحليل مقابل الجهات المعيارية
	17 تحديد تجارب الزوار وإدارة التنفيذ	• إدارة تجربة المستخدم طوال مسيرة السفر، وضمان مستوى عال من رضا المستخدم؛ يتطلب خبرة في الوظائف/ المؤسسات التي تركز على العملاء
	18 الشراكات التجارية	• الانخراط في شراكات تجارية مع مؤسسات وهيئات السياحة، والمجلات، وشركات الطيران، والفنادق والمطاعم وغيرها من الجهات الفاعلة في المنظومة لزيادة أعداد الزيارات والإنفاق
تنفيذ المشاريع وتقديم الخدمات	19 إدارة الفعاليات والمؤتمرات	• تطوير المفاهيم للفعاليات والمؤتمرات الرئيسية، ودعم التنظيم الناجح لها؛ يتطلب خبرة في تنظيم الفعاليات الكبرى
	20 مكاتب إدارة المشاريع	• مراقبة التقدم المحرز في المبادرات عبر قطاع السياحة ككل؛ يشتمل على إدارة الجهات المعنية واتباع أفضل الممارسات في مكاتب إدارة المشاريع، ويتطلب خبرة في إدارة المشاريع

المصدر: تحليلات الفريق



بالإضافة إلى ذلك، هنالك حاجة إلى خدمات دعم الأعمال



خدمات دعم الأعمال

	الأنشطة الرئيسية	الوصف
21	الخدمات المالية	• إدارة تمويل المؤسسات، بما في ذلك المحاسبة والمشتريات وإدارة الرواتب؛ يتطلب خبرة في هذه الأنشطة أو الأنشطة ذات الصلة
22	إدارة الموارد البشرية	• إدارة جميع العمليات المتعلقة بالموارد البشرية في المؤسسة، بما في ذلك التوظيف والتدريب والأجور؛ يتطلب خبرة في هذه الأنشطة أو الأنشطة ذات الصلة
23	خدمات تقنية المعلومات	• توجيه نظم تقنية المعلومات للمؤسسة، بما يشمل الأجهزة وجميع تطبيقات البرمجيات؛ يتطلب خبرة في هذه الأنشطة أو الأنشطة ذات الصلة
24	الخدمات القانونية	• تقديم الخدمات القانونية، بما في ذلك صياغة ومراجعة عقود المؤسسة؛ يتطلب خبرة في الخدمات القانونية للشركات وكذلك المتطلبات القانونية للمملكة
25	المراجعة الداخلية	• تدقيق جميع العمليات الداخلية لضمان الجودة العالية لجميع الأنشطة؛ يتطلب الامتثال لمتطلبات التدقيق في للجهات العامة السعودية
26	إدارة الشؤون الإدارية والعمليات التشغيلية	• إدارة جميع الخدمات الإدارية للمؤسسة، مثل إعداد ترتيبات السفر، وجدولة الاجتماعات، إدارة وثائق الموظفين





المصدر: تحليلات الفريق



الهيكل الوظيفي الأولي

وزارة السياحة: الهيكل الوظيفي المقترح

- وزارة السياحة
  - مكتب الوزير
  - المراجعة الداخلية[1]
  - مكتب تحقيق الرؤية
  - نائب وزير السياحة
    - الاستراتيجية والتخطيط
      - (1) استراتيجية وخطة القطاع
      - (6) الإحصائيات والتحليلات
      - (11) التخطيط المالي للقطاع
    - تطوير الوجهات
      - (3) تطوير الوجهات
    - اللوائح التنظيمية
      - (2) وضع السياسات
      - (9) إنفاذ المعايير واللوائح
      - (10) الترخيص والتفتيش
    - إدارة برامج التنمية السياحية
      - (12) إدارة برنامج/صندوق التنمية السياحية وصندوق الاتصالية
    - العلاقات العامة والاتصال
      - (7) العلاقات السياسية
      - (8) الاتصالات الاستراتيجية
    - الشؤون والمؤسسات الدولية
      - (7) الشؤون الدولية
    - الابتكار والتحول الرقمي
      - (5) التقنيات والابتكار
    - تطوير الموارد البشرية
      - (4) تخطيط القوى العاملة في السياحة
    - خدمات دعم الأعمال
      - (21) الخدمات المالية
      - (22) إدارة الموارد البشرية
      - (23) خدمات تقنية المعلومات
      - (24) الخدمات القانونية
      - (26) إدارة الشؤون الإدارية والعمليات التشغيلية

سيكون صندوق التنمية السياحية وصندوق تطوير الاتصال الجوي جهتين منفصلتين يتبعان إدارياً إلى وزارة السياحة، إذ تطلب المؤسسات المالية تحليل الأرباح والخسائر والميزانية العمومية لديها

المصدر: تحليلات الفريق

ماليزيا: وزارة السياحة والفنون والثقافة

- الوزير
  - وكيل الوزارة
    - الأمين العام
      - نائب الأمين العام (السياحة)
        - قسم سياسة السياحة والشؤون الدولية (1)
        - قسم التراخيص السياحية (2)
        - قسم تطوير القطاع (3)
        - مركز السياحة الماليزي
        - ماليزيا بيتي الثاني
        - مكتب وزارة السياحة والثقافة
      - نائب الأمين العام (الإدارة) (4)
        - القسم المالي (5)
        - قسم إدارة الموارد البشرية (6)
        - قسم المحاسبة (4)
        - قسم تطوير البنية التحتية (7)
        - قسم إدارة المعلومات (8)
        - قسم الشؤون الإدارية (4)
      - وحدة الشؤون القانونية (4)
      - وحدة النزاهة
      - وحدة مؤشرات الأداء الرئيسية (9)
      - وحدة التدقيق الداخلي (9)
      - وحدة الاتصال المؤسسي (10)
      - مجلس تشجيع السياحة (توريزم ماليزيا)
      - مكتب المؤتمرات والمعارض
      - مركز السياحة الإسلامي

ملاحظة: يتم توضيح الوظائف المتعلقة بالسياحة فقط
المصدر: وزارة السياحة والفنون والثقافة ؛ وتحليلات الفريق



الأنشطة الرئيسية

1. تطوير السياسات والشؤون الدولية
2. إصدار التراخيص السياحية
3. تطوير القطاعات
4. خدمات الأعمال
5. إدارة الشؤون المالية
6. إدارة الموارد البشرية
7. تطوير البنية التحتية
8. إدارة المعلومات
9. المراقبة والتدقيق
10. إدارة المعلومات

الصين: الأنشطة الرئيسيّة لوزارة الثقافة والسياحة الصينية

- الوزير
  - الأمين العام
    - 1 الخدمات المساندة
    - 2 السياسات والأنظمة
    - 3 الموظفون والمواهب
    - 4 الخدمة الحكومية
    - 5 تطوير القطاع
    - 6 التبادل والتعاون الدولي
    - 7 الشؤون المالية
    - 8 تطوير الموارد
    - 9 ثقافة العلم والتقنية
    - 10 إدارة السوق





ملاحظة: يتم توضيح الوظائف المتعلقة بالسياحة فقط؛ تُترجم الوظائف الأولية إلى هيكل تنظيمي

المصدر: وزارة الثقافة والسياحة الصينية؛ وتحليلات الفريق

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
scth.gov.sa

الأنشطة الرئيسية

1. خدمات الأعمال
2. صنع السياسات واللوائح
3. تطوير المواهب
4. وضع معايير الخدمة الحكومية ومراقبتها
5. إدارة تطوير الحوافز والقطاع
6. العلاقات الدولية (الدول المجاورة)
7. إدارة الشؤون المالية
8. تطوير الوجهات والمنتجات
9. إدارة التقنيات والابتكار
10. إدارة الإشراف على السوق



الأنشطة الرئيسية

1. التخطيط
2. التطوير والتصميم
3. تنفيذ المشاريع
4. إدارة الإحصائيات
5. إدارة الشؤون المالية
6. خدمات الأعمال
7. العلاقات العامة والإعلامية
8. إدارة الأداء والجودة
9. السياحة المحلية
10. العلاقات الدولية
11. إدارة الموارد البشرية

الأردن: وزارة السياحة والآثار

- وزير السياحة والآثار
  - مكتب الوزير
  - المستشارون
  - قسم المراجعة الداخلية
- الأمين العام
  - المستشارون
  - مساعد الأمين العام للشؤون الفنية
    - إدارة التطوير الفني
      - وحدة التخطيط (1)
      - وحدة التطوير والتصميم (2)
      - وحدة تنفيذ المشاريع (3)
      - إدارة المواقع والتراث الثقافي
      - وحدة المشتريات (6)
      - تقنية المعلومات (6)
      - المعلومات والإحصائيات السياحية (4)
  - مساعد الأمين العام للشؤون الإدارية
    - الشؤون المالية (5)
    - الشؤون الإدارية والخدمات (6)
    - العلاقات العامة والإعلام (7)
    - ضبط الأداء والجودة (8)
  - دعم وتطوير قطاع السياحة
    - السياحة المحلية (9)
    - العلاقات الدولية (10)
    - مكتب الشؤون القانونية (6)
    - وحدة إدارة الموارد البشرية (11)
  - محافظات السياحة
    - مديرية السياحة في محافظة عجلون
    - مديرية السياحة في محافظة جرش
    - ...

ملاحظة: يتم توضيح الوظائف المتعلقة بالسياحة فقط
المصدر: وزارة السياحة والآثار الأردنية؛ وتحليلات الفريق

كوريا: وزارة الثقافة والرياضة والسياحة



ملاحظة: يتم توضيح الوظائف المتعلقة بالسياحة فقط

المصدر: وزارة الثقافة والرياضة والسياحة الكورية؛ وتحليلات الفريق

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

الأنشطة الرئيسية

1. إدارة العلاقات العامة
2. الإعلام والتواصل
3. التدقيق والمراقبة
4. إدارة الشؤون المالية
5. خدمات الأعمال
6. صنع السياسات السياحية
7. تحسين الخدمات والجودة
8. تطوير القطاع وإدارة الشركاء



الهيكل الوظيفي الأولي

المنظمة الوطنية للسياحة: الهيكل الوظيفي المقترح

- مجلس الإدارة (برئاسة وزير السياحة)
  - المراجعة الداخلية[1]
  - الرئيس التنفيذي
    - تطوير المنتجات والتجارب
      - 16 تطوير المنتجات
      - 17 تحديد تجارب الزوار، وإدارة الابتكار والتنفيذ
    - الترويج
      - 14 الترويج الدولي[2]
      - 15 الترويج المحلي (بما في ذلك المواسم والروزنامة)
      - 19 إدارة الفعاليات والمؤتمرات
    - استراتيجية التسويق والاتصال
      - 13 التسويق والترويج الاستراتيجي
    - الشراكات
      - 18 الشراكات التجارية
    - خدمات دعم الأعمال
      - 21 الخدمات المالية
      - 22 إدارة الموارد البشرية
      - خدمات تقنية المعلومات
      - 23 الخدمات القانونية
      - 24 إدارة الشؤون الإدارية والعمليات
      - 26 التشغيلية

1. رقم 26، وظيفة شاملة على مستوى الجهة كما في جهات القطاع الحكومي السعودي الأخرى 2. تتضمن المكاتب الدولية

المصدر: تحليلات الفريق



المملكة المتحدة: المخطط التنظيمي لهيئة فيزيت بريتين

المصدر: فيزيت بريتين؛ وتحليلات الفريق

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa

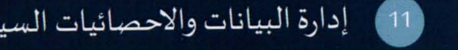
الأنشطة الرئيسية

1. الترويج الدولي
2. إدارة التواصل
3. إدارة الإحصائيات
4. العلاقات الإعلامية
5. التسويق وتطوير المحتوى
6. إدارة الشراكات التجارية
7. تطوير المنتجات
8. إدارة صندوق تطوير السياحة
9. خدمات الأعمال

تغطي فيزيت بريتين وفيزيت إنغلاند نطاقاً واسعاً من أدوار الترويج والتسويق

القسم	فيزيت بريتين	فيزيت إنغلاند
المحتوى الرقمي	✓	✓
العلاقات العامة	✓	✓
الشراكات الكبرى	✓	✓
التسويق الدولي	✓	✗
الشراكات التجارية	✓	✓
تطوير المنتجات	✗	✓
دعم الأعمال	✓	✓
إدارة البرنامج	✓	✓
إشراك مكتب إدارة الوجهات	✓	✓
الشؤون السياحية	✓	✓
البحث	✓	✓
وسائل الإعلام	✓	✓
الاتصال المؤسسي	✓	✓
التحليل والتقييم	✓	✓

المصدر: فيزيت بريتين؛ وتحليلات الفريق



سنغافورة: مجلس السياحة

نظرة عامة على إدارة مجلس سنغافورة للسياحة (اعتباراً من أبريل 2019)

- رئيس مجلس الإدارة
  - قسم المراجعة الداخلية
  - الرئيس التنفيذي
    - (1) التسويق
      - قدرات الاتصال والتسويق
      - تسويق القطاع
      - الخدمات الرقمية والمحتوى
      - الترويج وإبراز الصورة
      - شركاء التسويق والتخطيط
    - (2) السياسة والتخطيط
      - (3) تخطيط وإدارة البنية التحتة
      - (4) التخطيط الاستراتيجي وسياسة الحوافز
      - وكلاء السفر وأدلاء السياحة
      - (5) القوى العاملة في الفنادق والقطاع
      - إدارة الرحلات البحرية
    - (6) الشركات والشؤون الإدارية
      - الشؤون المالية
      - الموارد البشرية والتطوير التنظيمي
      - الامتثال والخدمات المؤسسية
      - الشؤون القانونية
    - (7) تطوير التجارب
      - عوامل الجذب والترفيه والمنتجات
      - التجزئة والمطاعم
      - مناطق الثقافة والفنون
      - الرياضة
      - (8) السفر بغرض المؤتمرات والحوافز
      - المعارض والمؤتمرات
    - (9) الترويج الدولي
      - أوقيانوسيا
      - المشاركة التجارية والوصول إلى الأسواق
      - جنوب آسيا، والشرق الأوسط وأفريقيا
      - الأمريكيتان
      - جنوب شرق آسيا
      - أوروبا
      - الصين الكبرى
      - شمال آسيا
    - (10) التحول التقني
      - التحول الرقمي
      - (11) حوكمة البيانات ونظامها
      - (7) تجربة الزوار
      - أوجه التعاون بين الشركاء
      - التمكين التنظيمي

ملاحظة: يضطلع مجلس سنغافورة للسياحة بدور ريادي في تطوير المنتجات لقطاع السياحة السنغافوري

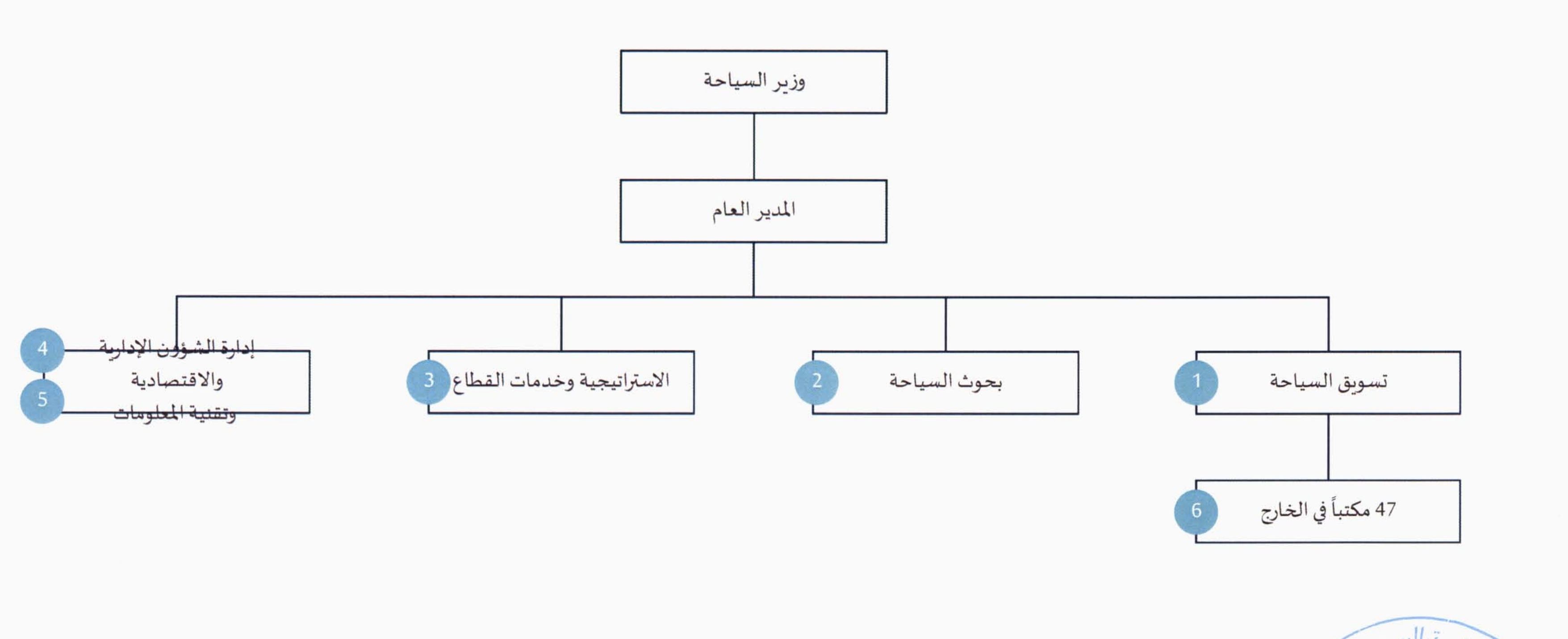
المصدر: www.stb.gov.sg



الأنشطة الرئيسية

1. التسويق وتطوير المحتوى
2. صنع السياسات والتخطيط
3. تخطيط البنية التّحتيّة
4. إدارة الحوافز
5. إدارة القوى العاملة في السياحة
6. خدمات الأعمال
7. تطوير التجارب/المنتجات
8. إدارة الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض
9. الترويج الدولي
10. إدارة المشاريع التقنية
11. إدارة البيانات والاحصائيات السياحية

إسبانيا: أنشطة تورإسبانيا الرئيسية



ملاحظة: يتم توضيح الوظائف المتعلقة بالسياحة فقط

المصدر: مدخلات الخبراء؛ وتحليلات الفريق

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
scth.gov.sa

الأنشطة الرئيسية

1. التسويق والترويج
2. إدارة البحوث والإحصائيات
3. استراتيجية الترويج وخدمات القطاع
4. مراقبة الأثر الاقتصادي
5. خدمات الأعمال
6. الترويج الدولي



ماليزيا: مجلس السياحة

المدير العام، توريزم ماليزيا

- نائب المدير العام (للترويج)
  - الترويج الدولي آسيا وأفريقيا
  - الإعلان والخدمات الرقمية (1)
  - الترويج الدولي (2)
  - الترويج الدولي رابطة دول جنوب شرق آسيا (آسيان)
- الإدارة
  - تطوير الباقات (3)
  - الإنتاج (4)
  - قسم الموارد البشرية
  - الشؤون المالية
  - تقنية المعلومات
  - الشؤون الإدارية
  - (7)
- نائب المدير العام (للتخطيط)
  - التخطيط الاستراتيجي (5)
  - الشؤون المحلية والفعاليات (4)
- التواصل المؤسسي (6)
- وحدة الشؤون القانونية (7)
- وحدة التدقيق الداخلي
- وحدة النزاهة

المصدر: www.tourism.gov.my; Team analysis

الأنشطة الرئيسية

1. التسويق وتطوير المحتوى
2. الترويج الدولي
3. إدارة رحلات السفر وتجاربها
4. إدارة الفعاليات
5. التخطيط الاستراتيجي
6. الاتصال المؤسسي
7. خدمات الأعمال

اليونان: منظمة السياحة الوطنية

- منظمة السياحة الوطنية اليونانية
  - مجلس إدارة منظمات السياحة الوطنية
    - الأمين العام للمركز
      - مديرية الإدارة والتنظيم والترويج
      - مكتب المستشار القانوني
      - المكتب الصحفي
      - مكتب الأمين العام
      - مديرية الاستراتيجية والتسويق (1)
        - إدارة تخطيط الترويج والتنسيق
        - إدارة الإعلان
        - إدارة الإعلام والمشتقات السمعية البصرية
        - إدارة بحوث السوق (2)
      - مديرية العلاقات العامة (3)
        - إدارة العلاقات العامة
        - إدارة البرمجة والتنفيذ
        - الرحلات العائلية والمعارض (4)
      - مديرية الخدمات الوطنية والدولية (5)
        - إدارة التنسيق والدعم للخدمات الوطنية
        - إدارة التنسيق والدعم للخدمات الدولية
        - الخدمات الدولية لمنظمات السياحة الوطنية
        - الخدمات الوطنية لمنظمات السياحة الوطنية
      - مديرية الخدمات الإدارية (6)
        - إدارة تطوير الموارد البشرية وإدارتها
        - إدارة الأمانة العامة والخدمات اللوجستية
        - إدارة تقنية المعلومات
        - إدارة المشتريات

ملاحظة: يتم توضيح الوظائف المتعلقة بالسياحة فقط

المصدر: منظمة السياحة الوطنية اليونانية؛ وتحليلات الفريق



الأنشطة الرئيسية

1. الاستراتيجية والتسويق
2. إدارة البحوث والإحصائيات
3. العلاقات العامة
4. إدارة الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض
5. الترويج الدولي
6. خدمات الأعمال

أهداف اجتماع اليوم



طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030

عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى

التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة

- الحوكمة الشاملة للقطاع
- الأدوار والمسؤوليات المقترحة للجهات السياحية
- الهيكل التنظيمي المقترح من المستوى الأول للجهات السياحية
- **مسارات الميزانية والإيرادات للجهات السياحية**

ملخص النتائج والمتطلبات








من المتوقع أن تتطوّر ميزانية هيئة السياحة من 1.3 مليار ريال سعودي اليوم إلى 1.5 مليار ريال سعودي من 2020 فما بعد

	إجمالي ميزانية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني لعام 2019 (بالمليون ريال سعودي)[1]	الميزانية التشغيلية لعام 2020 (بالمليون ريال سعودي)
تطوير الاستثمارات والمشاريع السياحية	636	
الموظفون والعمليات التشغيلية	641	
وزارة السياحة		600
الجهة المروّجة		900
الإجمالي	1,277	1,500

- جهة مروّجة واحدة
- 5 مكاتب دولية
- 400 مليون ريال سعودي للحملة الدولية

1. لا تتضمّن الميزانية المواقع التراثية والتي ستُسند على نحو استثنائي إلى وزارة الثقافة



لمحة عامة عن الميزانية المطلوبة للجهة المروّجة

2019: 100 مليون ريال سعودي لميزانية التأسيس

- **<u>50 مليون ريال سعودي</u>** لإنشاء الجهة الجديدة
  - وضع النظام الأساسي
  - إعداد المكاتب
  - تعيين الفريق الأساسي
- **<u>50 مليون ريال سعودي</u>** للدراسات الاستراتيجية (ابتكار رحلات الزوار، والترويج، وما شابه ذلك)

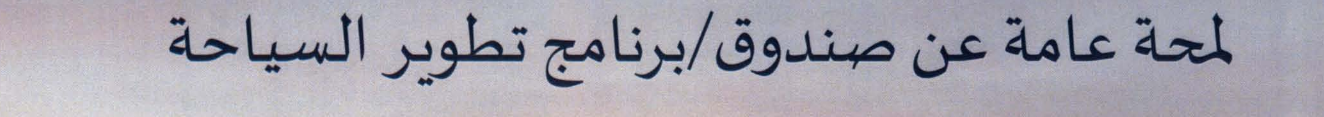
2019/2020: 50 مليون ريال سعودي للنفقات الرأسمالية

- **<u>25 مليون ريال سعودي</u>** لتصميم المقر الرئيسي وتأثيثه
- **<u>15 مليون ريال سعودي</u>** لتصميم المكاتب الدولية وتأثيثها (من المقرر افتتاح 5 مكاتب في عام 2020)
- **<u>10 مليون ريال سعودي</u>** لنظم التقنية والمعدات

150 مليون ريال للعام 2019-2020

2020 فما بعد: 900 مليون ريال سعودي للميزانية التشغيلية السنوية

- **<u>350 مليون ريال سعودي</u>** للنموذج التشغيلي
  - موظفو المقر الرئيسي
  - موظفو المكاتب الدولية
  - العمليات التشغيلية ومرافق الخدمات
  - الشؤون القانونية
- **<u>150 مليون ريال سعودي</u>** لابتكار رحلات الزوار والدراسات الاستراتيجية الأخرى
- **<u>500 مليون ريال سعودي</u>** لميزانية التسويق
  - العلاقات العامة الدولية
  - العلاقات العامة المحلية
  - الفعاليات
  - المنصات الرقمية والتقليدية



لمحة عامة عن صندوق/برنامج تطوير السياحة

الأصول

- رأسمال أولي بقيمة 15 مليار من الصندوق السعودي للتنمية
- ضريبة السياحة[1]
- الأرض

التخصيص

- القروض وضمانات القروض
- تدريب رأس المال البشري
- الاستثمار المشترك (نقد أو أراضي)

1. من المتوقع الحصول على تمويل إضافي بقيمة مليار ريال سعودي من ضريبة السياحة الجديدة

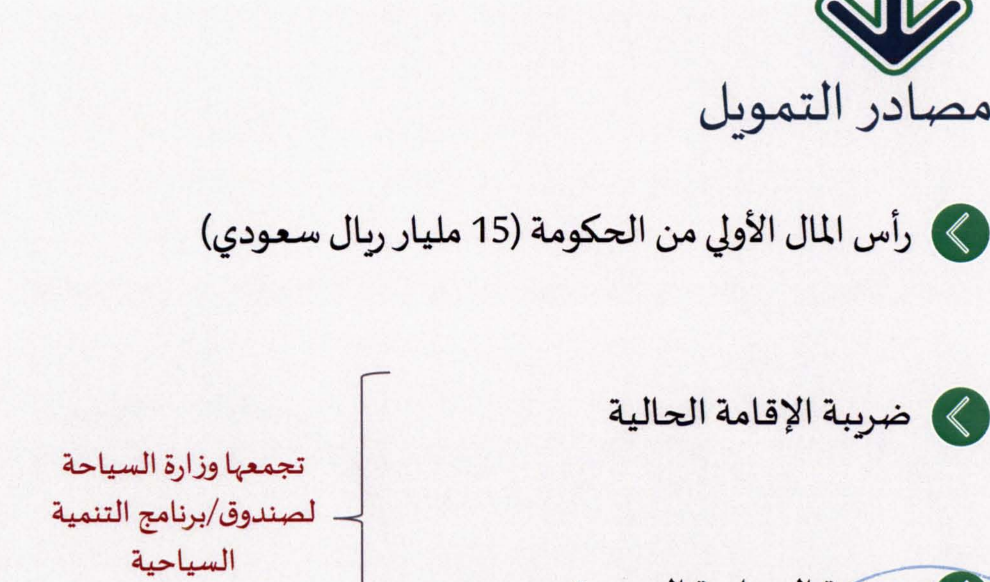


لمحة عامة عن صندوق/برنامج تطوير السياحة



مصادر التمويل

- رأس المال الأولي من الحكومة (15 مليار ريال سعودي)
- ضريبة الإقامة الحالية
- ضريبة السياحة الجديدة



تجمعها وزارة السياحة لصندوق/برنامج التنمية السياحية



نشر الأموال

- استئجار الأراضي على المدى الطويل بأسعار تفضيلية
- القروض الميسّرة لغاية 50% من الاستثمار
- التخفيضات الضريبية
- ضمانات القروض
- فرص الحُزم الاستثمارية
- الشراكة بين القطاعين الحكومي والخاص/ الاستثمارات المشتركة



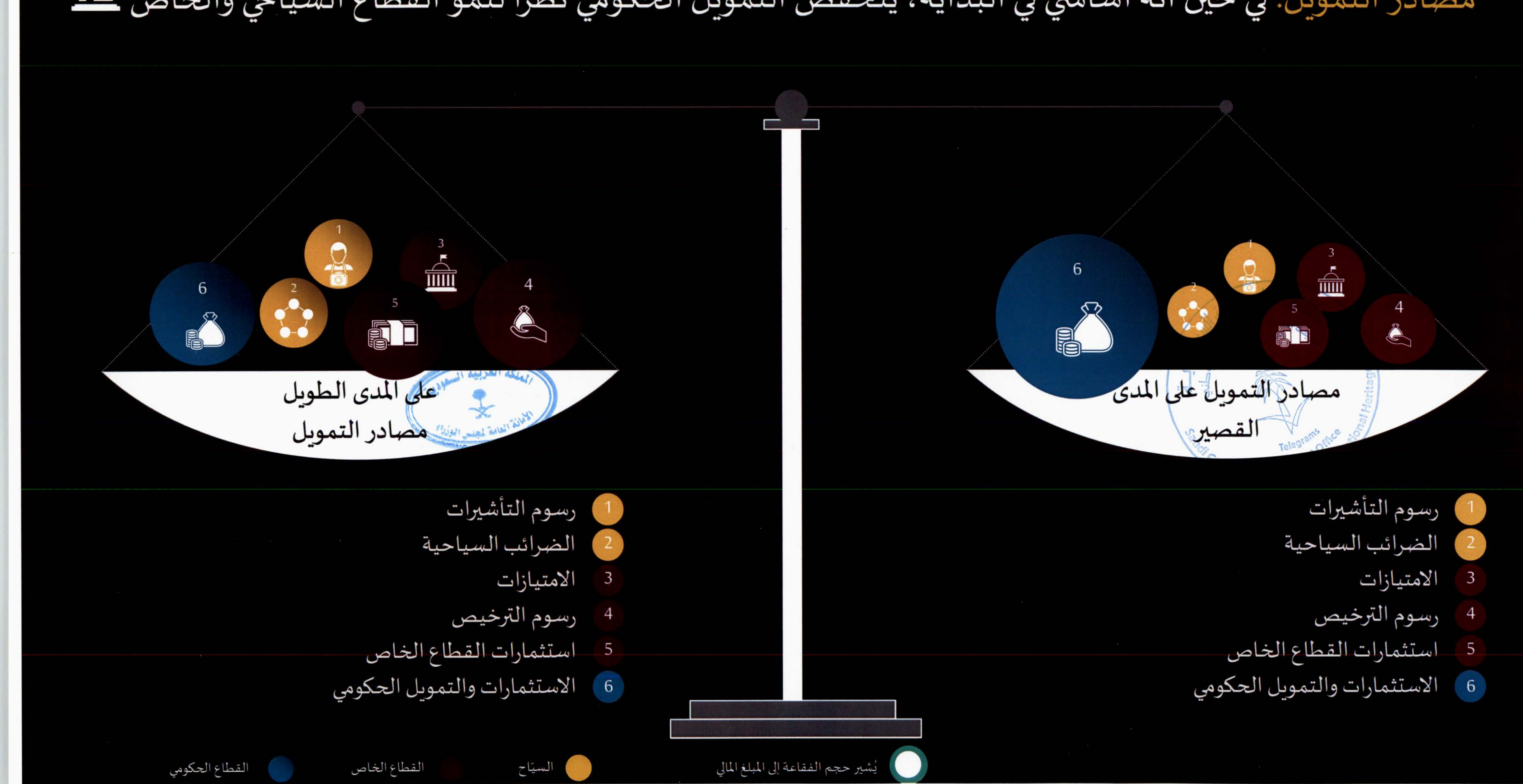


يتمحور تركيز صناديق السياحة الوطنية على 5 مجالات استثمارية رئيسية

مجالات الاستثمار / صناديق السياحة الوطنية	المكسيك FONATUR	كولمبيا FONTUR COLOMBIA	إيرلندا Fáilte Ireland	سنغافورة Singapore Tourism Board	كندا الصندوق الكندي للتجارب	أستراليا صناديق التنمية السياحية الإقليمية[1]	أستراليا TOURISM AUSTRALIA
المنتجات، ومناطق الجذب، والتجارب	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
الفعاليات والمهرجانات			✓	✓	✓	✓	
المهارات والقدرات				✓	✓	✓	
الخدمات الاستشارية والمساندة			✓ (الوسيط)				✓ (الوسيط)
تسويق المنتجات والخدمات		✓		✓			✓

✓ المسؤول المباشر ✓ الوسيط

المصدر: تحليلات الفريق



مصادر التمويل: في حين أنه أساسي في البداية، ينخفض التمويل الحكومي نظراً لنمو القطاع السياحي والخاص
مصادر التمويل على المدى القصير
1 رسوم التأشيرات
2 الضرائب السياحية
3 الامتيازات
4 رسوم الترخيص
5 استثمارات القطاع الخاص
6 الاستثمارات والتمويل الحكومي
مصادر التمويل على المدى الطويل
1 رسوم التأشيرات
2 الضرائب السياحية
3 الامتيازات
4 رسوم الترخيص
5 استثمارات القطاع الخاص
6 الاستثمارات والتمويل الحكومي
يُشير حجم الفقاعة إلى المبلغ المالي
السيّاح
القطاع الخاص
القطاع الحكومي





أمثلة مختارة

هنالك عدة أهداف وأوقاف وإعدادات بين صناديق السياحة الوطنية

الدولة	المكسيك	ماليزيا	سنغافورة	المملكة المتحدة	هونغ كونغ
الاسم	المجلس الوطني لتطوير السياحة	صندوق السياحة الخاص	صندوق تطوير السياحة	صندوق "اكتشف إنجلترا"	صندوق الفعاليات الكبرى
الأهداف/مجالات الاستثمار	بنية السياحة الأساسية (مثل، المواقع، والبنية التحتية للتنقل، والفنادق)	الشركات الصغيرة والمتوسطة رواد الأعمال	الأنشطة السياحية تطوير المواهب الفعاليات	الشركات الصغيرة والمتوسطة المنتج السياحي	الفعاليات الضخمة (مثل، الرياضة والثقافة)
متطلبات التمويل	مرتفعة (أكثر من 1,000 مليون دولار[2] سنوياً)	مرتفعة (نحو 500 مليون دولار سنوياً)	متوسطة (نحو 200 مليون دولار سنوياً)	منخفضة (نحو 100 مليون دولار سنوياً)	منخفضة (نحو 100 مليون دولار سنوياً)
حوكمة الصندوق	جهة مستقلة تتبع لوزارة السياحة	وزارة السياحة؛ تنشر الأموال مع بنك مخصص	منظمة السياحة الوطنية	منظمة السياحة الوطنية	هيئة للتنمية الاقتصادية[3]

1. الصندوق الوطني لتطوير السياحة؛ 2. في أنشط مراحل الصندوق، حتى العقد الأول من الألفية الثانية 3. وزارة/جهة غير سياحية

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ ومجلس سنغافورة للسياحة؛ وحكومة هونغ كونغ؛ وبنك التنمية الماليزي (بنك المنشآت الصغيرة والمتوسطة الماليزي)؛ والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



كانت "FONATUR" في المكسيك أساسيةً لتطوير كانكون باعتبارها وُجهة سياحية رائدة

الأهداف

- استقطاب ونشر التمويل لتطوير البنية التحتية السياحية
- تحسين الخدمات السياحية في المكسيك عبر الاستثمار في خدمات الاستمتاع بالبحر والشمس
- المشاركة في تأسيس الوجهات السياحية الرائدة

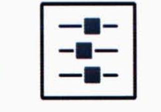
التمويل والهبات

- إنفاق عدّة مليارات سنوياً من عام 1975 إلى أوائل القرن الحادي والعشرين في البنية التحتية للسياحة عندما أصبح القطاع الخاص أكثر نشاطاً
- انخفض مستوى الهبات انخفاضاً كبيراً عند استكمال المشاريع الكبرى




حوكمة الصندوق

- يُمثّل الصندوق الوطني للسياحة والتنمية "FONATUR" جهةً فرعيةً تابعة لوزارة السياحة يتولّى الوزير فيها منصب رئيس مجلس إدارة الصندوق
- الوصول المفضّل إلى بنوك التنمية الوطنية لتقديم المشاريع المعتمدة
- يتولى "FONATUR" المساءلة حيال استكمال المشروع



الإنجازات والأداء

- النجاح في قيادة تطوير ممر سياحي في كانكون وريفيرا مايا بطول **20 كيلومتر**
- معدل نمو سنوي مركب بنسبة **10.1%**، ما يؤدي إلى **6.7 مليون** زيارة في كانكون
- تستحوذ كانكون على **45%** من الدخل السياحي

1.1. الصندوق الوطني لتطوير السياحة:
المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وصحيفة "ذا يوكاتان تايمز"، وجيو مكسيكو، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



يهدف صندوق السياحة الخاص في ماليزيا إلى تسريع وتيرة خدمات الضيافة في الدولة عبر الشركات الصغيرة والمتوسطة




الأهداف

- دعم الشركات السياحية الماليزية الصغيرة والمتوسطة في توسيع نطاق الخدمات
- استقطاب الشركاء والتعاون معهم لتعزيز المساهمة في الاقتصاد الماليزي
- العمل بمثابة جهة تحفيز للاستثمار في القطاع الخاص

حوكمة الصندوق

- يتم نشر التمويل من جانب البنك الماليزي لتنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة
- تُقدّم الطلبات للحصول على القروض وإنجاز جميع الإجراءات عبر وزارة السياحة والفنون والثقافة الماليزية
- يتعيّن الحصول على موافقة الوزارة النهائية لتقديم التمويل



التمويل والهبات

- تمويل بقيمة 580 مليون دولار في عام 2018، إلى جانب تمديد بقيمة 125 مليون دولار في عام 2019
- تقديم أسعار فائدة مواتية بنسبة تتراوح بين 0-2.5% على القروض الصادرة
- تتراوح الاستثمارات بين 60 ألف دولار- 7.3 مليون دولار

الإنجازات والأداء

- تخصيص 580 مليون دولار بحلول عام 2018 لدعم روّاد الأعمال والشركات الصغيرة والمتوسطة
- تقديم الدعم والمساندة لما مجموعه حوالي 500 شركة
- المشاركة وتسجيل حوالي 10,000 رائد أعمال وفرد جديد

ملاحظة: جرى تعديل جميع الأرقام لتحديد التضخم وتحويلها إلى الدولار الأمريكي باستخدام سعر الصرف الحالي

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وبنك التنمية الماليزي بيرهاد (البنك الماليزي لتنمية المنشآت الصغيرة والمتوسطة، والخزينة الماليزية، ووزارة السياحة والثقافة الماليزية، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



يهدف صندوق تطوير السياحة في سنغافورة إلى تطوير رأس المال البشري باعتباره أحد الأهداف الرئيسية

الأهداف

- تحفيز استحداث خدمات وتجارب مبتكرة وسياحية عالية الجودة
- الدفع باتجاه تحسين القدرات والمواهب لدى المؤسسات ذات الصلة بالسياحة
- البناء الشامل لقطاع السياحة في سنغافورة

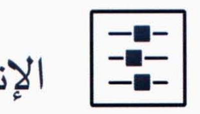



حوكمة الصندوق

- الصندوق تحت رقابة مجلس سنغافورة للسياحة، وهو يتبع إلى وزارة التجارة والصناعة
- يُجري مجلس سنغافورة للسياحة تقييماً للعروض المقدّمة للمشاريع مع إشراف اللجان
- بإمكان مجلس سنغافورة للسياحة اختيار المشاريع على نحو مستقل

التمويل والهبات

- أُطلقت نسخة ثالثة من الصندوق في عام 2016، مع تقديم هبة قيمتها **516 مليون دولار** ضمن أفق زمني قدره 3 سنوات
- يتم تخصيص ثلاثة مخططات للتمويل (أي: تحسين المنتجات، والفعاليات، وتطوير المواهب) من الهبات الإجمالية



الإنجازات والأداء

- **52 مشروعاً ذات صلة بالجوانب التقنية** تحت إشراف الصندوق يدفع عجلة الابتكار في مجال السفر منذ عام 2016
- **410** مؤتمر ومنتدى ومعرض واجتماع في عام 2016
- خبرة في تأسيس برنامج بقيمة 5.5 مليون دولار لتحسين المنتجات مع تحديث الجوانب التقنية

1. مجلس سنغافورة للسياحة؛ ملاحظة: جرى تعديل جميع الأرقام لتحديد التضخم وتحويلها إلى الدولار الأمريكي باستخدام سعر الصرف الحالي

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، و"وين ترافيل"، والحكومة السنغافورية، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



يهدف صندوق "اكتشف إنجلترا" إلى تحسين الخدمات السياحية في إنجلترا عبر دعم مشاريع مختارة



الأهداف

- تحسين الخدمات السياحية باللغة الإنجليزية عبر استهداف الوجهات، وتطوير الأنشطة الثقافية بشكل أكبر
- المساهمة في الخدمات الإضافية التي تستقطب السياح، وتعزيز أعداد الزوار وإنفاقهم



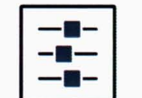
حوكمة الصندوق

- يخضع الصندوق لإدارة "فيزيت بريتين" التي تقدم بدورها تقارير بشأن تطور الصندوق إلى وزارة الثقافة والإعلام والرياضة
- بإمكان "فيزيت بريتين" تخصيص التمويل بسهولة في حال كانت المشاريع تتماشى مع المبادئ التوجيهية الشاملة للصندوق
- تتأتّى الموافقة النهائية من مجلس إدارة "فيزيت بريتين"

التمويل والهبات

- قُدّم تمويل إجمالي بقيمة62.8 مليون دولار في عام 2016، وتم ضخه على مدار ثلاث سنوات
- تتلقّى المشاريع التي تدوم لسنتين ما يصل لغاية 1.33 مليون دولار على أقصى تقدير، إلى جانب مشاريع صغيرة مدتها سنة واحدة تتلقّى ما يصل لغاية 0.62 مليون دولار





الإنجازات والأداء

- الدعم الناجح لـ 56 مشروعاً منذ عام 2016 لا يزال العديد منها قيد التنفيذ
- أدّت المشاريع التجريبية لأول 20 عاماً إلى تقديم منتجاً سياحياً جديداً (على سبيل المثال: التركيز على الرحلات السياحية بصُحبة الأدلّاء السياحيين على طول الساحل)

1. وزارة الثقافة والإعلام والرياضة. ملاحظة: جرى تعديل جميع الأرقام لتحديد التضخم وتحويلها إلى الدولار الأمريكي باستخدام سعر الصرف الحالي

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية؛ و"فيزيت بريتين"؛ والمقابلات مع الخبراء؛ وتحليلات الفريق

يهدف صندوق الفعاليات الكبرى في هونغ كونغ إلى استقطاب السياح عبر الفعاليات الفنية والثقافية والرياضية الكبرى، وبالتالي جعل هونغ كونغ مركزاً إقليمياً لإقامة الفعاليات

الأهداف

- تقديم الدعم والمساندة إلى هونغ كونغ لتُصبح عاصمة الفعاليات في آسيا
- تقديم الدعم المالي لاستضافة الفعاليات الفنية والثقافية والرياضية في هونغ كونغ
- استقطاب الفعاليات الدولية الكبيرة إلى هونج كونغ

حوكمة الصندوق

- بإدارة هيئة السياحة تحت إشراف مكتب التنمية الاقتصادية والتجاري، بوجود مجلس إدارة منفصل للصندوق
- إقرار مجلس إدارة الصندوق لجميع المنح
- محدودية الإشراف على الجهات التنظيمية، وتفعيل القليل من المعايير في التحقق من متطلبات المنح



التمويل والهبات

- يتعيّن إنفاق ما قيمته **36.5 مليون دولار** على منح الفعاليات
- تقديم المنح إلى المجموعات غير الربحية من عام 2009 حتى عام 2017
- تشتمل متطلبات المنح على تعيين الموظفين المحليين، وتطوير حُزم الفعاليات السياحية لاستقطاب الزوار



الإنجازات والأداء

- حظيت **30** فعالية بالرعاية بنجاح بحلول عام 2017
- أطلق الصندوق فعاليات ثقافية رئيسية بنجاح مثل فعالية "فاير دراغون ريس"
- القيام أيضاً بإطلاق فعاليات رياضية سنوية مثل بطولة هونغ كونغ المفتوحة، وبطولة رابطة محترفي التنس[2] Hong Kong Challenger

1. مكتب التنمية الاقتصادية والتجارية؛ 2. رابطة محترفي التنس؛ ملاحظة: جرى تعديل جميع الأرقام لتحديد التضخم وتحويلها إلى الدولار الأمريكي باستخدام سعر الصرف الحالي
المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، وتدقيق المجلس التشريعي في هونغ كونغ، والمقابلات مع الخبراء، وتحليلات الفريق



1.8 مليار ريال سعودي لتمويل مبادرات محورية أخرى تحت إشراف وزارة السياحة والجهة المروّجة

	المبادرة	2020	2021	2022	الإجمالي
1	إعداد إطار تشريعي شامل للأنشطة السياحية الأساسية	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد
2	تأسيس صندوق تطوير الربط الجوي	200 مليون ريال سعودي	400 مليون ريال سعودي	400 مليون ريال سعودي	**1.0 مليار ريال سعودي**
3	إعداد استراتيجية القوى العاملة والقطاع السياحي	100 مليون ريال سعودي[1]	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد	**100 مليون ريال سعودي[1]**
4	تطوير منظومة التراخيص والرقابة في القطاع السياحي	20 مليون ريال سعودي[1]	20 مليون ريال سعودي[1]	20 مليون ريال سعودي[1]	**60 مليون ريال سعودي[1]**
5	تطوير منظومة بيانات القطاع السياحي	50 مليون ريال سعودي[1]	50 مليون ريال سعودي[1]	غير مُحدَّد	**0.1 مليار ريال سعودي[1]**
7	توجيه التخطيط الرئيسي والتصميم والتطوير لـ 38 موقعاً سياحياً في الأعوام 2019-2022	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد	**غير مُحدَّد**
8	تأسيس مركز إدارة الخدمات والمواقع السياحية	300 مليون ريال سعودي	100 مليون ريال سعودي	100 مليون ريال سعودي	**0.5 مليار ريال سعودي**
9	حملات التسويق والاتصال	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد	**غير مُحدَّد**
10	دعم الشراكات بين القطاعين الحكومي والخاص على مستوى الإقامة، والأنشطة، والتنقل، ورأس المال البشري، والتمويل والاستثمار، والتقنيات، والاستدامة	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد	غير مُحدَّد	**غير مُحدَّد**
		670 مليون ريال سعودي	**570 مليون ريال سعودي**	**520 مليون ريال سعودي**	**1.8 مليار ريال سعودي**

1: تكلفة الاستشارات وتقنية المعلومات

المصدر: تحليلات الفريق



ميزانية التسويق: ستصبح المملكة من بين الوجهات الرائدة من حيث الإنفاق على التسويق

2017-2016

	الدولة	إجمالي الإنفاق على التسويق بالمليون ريال سعودي	الإنفاق على التسويق/ الوصول الدولي بالريال السعودي
دولياً	أستراليا	352	53.4
	سويسرا	292	34.0
	البرتغال	264	33.0
	إيرلندا	204	24.3
	جنوب أفريقيا	208	21.7
	كندا	270	16.0
	اليابان	197	14.7
	سنغافورة	142	9.1
	ماليزيا	175	6.8
	هنغاريا	99	6.6
	هولندا	69	5.8
إقليمياً	مصر	183	18.4
	جزر المالديف	15	14.6
	الأردن	40	10.1
	تركيا	257	7.1

إنفاق المملكة العربية السعودية[1]: 385 مليون ريال سعودي

إنفاق المملكة العربية السعودية[2]: 54 ريال سعو

1. باستثناء تكاليف التسويق والموظفين
2. استناداً إلى العدد المتوقع للزوار للأغراض الترفيهية ولزوار المؤتمرات والمنتديات والمعارض والاجتماعات في عام 2022 (باستثناء الزيارات الدينية، وزيارات الأقارب والأصدقاء)

المصدر: فريق التمويل لدى TCA، ومنظمة السياحة العالمية، والتقارير السنوية لهيئة السياحة الوطنية، وتحليلات الفريق



ميزانية التسويق: التوزيع الأولي للميزانية المخطط لها لعام 2019

التوزيع الأولي استناداً إلى تقديرات 2018

الركيزة	مسار العمل	الميزانية (بالمليون ريال سعودي)
الفعاليات	الفعاليات	45
العلاقات العامة الدولية	الحملات	195
	السلطة/ التأثير	5
	المشاهير	30
	الرحلات	9
العلاقات العامة المحلية	التسويق والاتصال المحلي	25
الشراكات	الشراكات	8
التسويق الرقمي والتقليدي	تحسين محركات البحث	7
	شبكة الويب والتطبيقات	8
الاستراتيجية وتحديد المكانة	الاستراتيجية	24
المحتوى والترويج	الترويج للمحتوى	14
غير ذلك	الحماية	10
	المجموع	**385**



1. افتراض تعيين 50 موظفاً متفرغاً، بتكاليف سنوية 370 ألف ريال سعودي لكل موظف



حجم مؤسسة السياحة الوطنية متوائم مع أفضل الممارسات الدولية

عدد موظفي منظمات السياحة الوطنية (باستثناء المكاتب الدولية)[1]

	توريزم أستراليا	فيزيت بريتين	منظمات السياحة الفرنسية
عدد الموظفين	295 (125)	205	

نطاق العمل والاختصاص	توريزم أستراليا	فيزيت بريتين	منظمات السياحة الفرنسية
اللوائح			✓
الترويج	✓	✓	✓
التنسيق	✓	✓	✓
استحداثها	✓		

1. لا تشكل المكاتب الإقليمية والمحلية في أستراليا والمملكة المتحدة وفرنسا جزءاً من منظمات السياحة الوطنية: تستثني البيانات الموظفين الموجودين في المكاتب الدولية 2. تشمل مكتب الرئيس، ووسائل الإعلام وعلاقات الشركاء، والأمانة العامة لمجلس الإدارة، والتدقيق الداخلي، ومساعد الرئيس والمركز الوطني للتراث العماري

المصدر: المواقع الإلكترونية الرسمية لمنظمات السياحة الوطنية؛ وبيانات الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني؛ وتحليلات الفريق



هناك 8 مسارات توليد إيرادات مُتاحة لتمويل تطوير قطاع السياحة والترويج له

المصدر الحالي للإيرادات

- ضريبة القيمة المضافة
- الضرائب الحالية على الإقامة (2.5% لفئة 3 نجوم، و5% لفئة 4 و5 نجوم)
- رسوم الترخيص
- غرامات التفتيش

المصادر الجديدة للإيرادات

- رسوم السياحة الإضافية
- رسوم التأشيرة
- التدريب والشهارات
- الشراكات للترويج *(تجنب التكاليف، وليس الإيرادات)*

هناك 3 خيارات للرسوم السياحية الإضافية



الخيار الأول: فرض ضريبة على بنود الإنفاق غير بنود الإقامة مثل الوجبات، والفعاليات، وغيرها

- (+) جهود المساهمة المشتركة عبر مختلف الجهات الفاعلة في سلسلة القيمة
- (−) ارتفاع تكاليف المعيشة على السكان المحليين

يوصى به

الخيار الثاني: ضريبة الإقامة

- (+) تستهدف السياح فقط (الدوليون والمحليون)
- (+) تطبيق نموذج أثبت جدواه من قبل وجهات سياحية رائدة
- (+) هنالك مجال لزيادة الضرائب، إذ أن معدل الضريبة الإجمالي أقل من الوجهات الرئيسية (مثل المملكة المتحدة)
- (−) ازدياد الضغط المالي على الجهات الفاعلة في مجال الفنادق

الخيار الثالث: ضريبة صعود الطائرة/ المغادرة

- (+) تستهدف السياح الداخليين والخارجيين
- (+) جهد متوازن مع الإقامة
- (+) تقليل الهدر عبر أسعار الرحلات الدولية الأعلى
- (−) أثر سلبي كبير محتمل على نمو الحركة الجوية





يُمكن خفض التمويل الحكومي لمنظمة السياحة الوطنية (الجهة المروّجة) ليصل إلى حوالي 50% عبر تنويع مسارات الإيرادات

مسارات التمويل	الوصف	1 الولايات المتحدة الأمريكية	2 إسبانيا	3 فرنسا	4 تايلاند	5 المملكة المتحدة	6 الإمارات العربية المتحدة -دبي	7 سنغافورة	8 أستراليا
		براند يو أس إيه	تورإسبانيا	أتاوت فرنسا	هيئة تايلاند للسياحة	فيزيت بريتين	DCTCM bundled) (with DTCM	مجلس سنغافورة للسياحة	توريزم أستراليا
الفعاليات الترويجية	الرعاية[1]	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	الفعاليات المنظمة[2]	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓
تطوير المهارات	التدريب والشهادات[3]	✗ تقدم مجاناً في الولايات المتحدة	✗ تقدم مجاناً في إسبانيا	✓	✓	✓	✗	✗ تقدم مجاناً في سنغافورة	✗ تقدم مجاناً في أستراليا
الأنشطة التجارية	متاجر التجزئة الإلكترونية[4]	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗
	رسوم الإقامة الفندقية السياحية[5]	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗
الجانب التنظيمي	رسوم الترخيص[6]	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗
الدعم الحكومي	تخصيص الميزانية[7]	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
التمويل عبر ضرائب السياحة		%45	%80	%50	%95	%55	غير متوفر	%90	%90

1. يقدم الشركاء الذين يضمون مجموعة واسعة من المؤسسات بما في ذلك شركات الإعلام، وشركات التسويق ووكالات السفر، وشركات السياحة، وشركات الطيران والفنادق الرعاية العينية و/ أو النقدية للجهة المروّجة للسياحة لمساعدتها في أنشطتها الترويجية بطرق مختلفة كما هو الحال في المعارض التجارية، ومهام المبيعات، والفعاليات السياحية.
2. الأموال المستلمة من العارضين والمشاركين في الفعاليات التي تنظمها الجهات المروجة للسياحة مثل المعارض التجارية والمعارض والمهرجانات (الإيصالات باعتبارها رسوم الدخول، لإنشاء الأكشاك)
3. تُعد هذه دورات قصيرة الأجل وطويلة الأجل متاحة على الإنترنت لتعزيز المعرفة حول الوجهة والحصول على الشهادات؛
4. تُعد هذه متاجر إلكترونية تجارية مدمجة في البوابة الإلكترونية للجهات المروّجة لشراء البضائع والبرامج السياحية في الوجهة
5. يتم تحصيل رسوم السياحة في المنشآت الفندقية في دبي للإقامة القصيرة (أقل من 30 يوماً) باعتبارها رسوم ثابتة إضافة إلى أي شكل آخر من أشكال الضرائب والرسوم،
6. هذه هي الرسوم وفقاً للوائح التي تجمعها هيئات السياحة لإصدار رخصة للعمل كمشغل رحلات/ وكيل سفر في الوجهة،
7. تشير هذه إلى الأموال التي خصصتها الحكومة/ وزارة السياحة للجهة المروّجة للسياحة (نمط الصرف يختلف في كل وجهة)؛

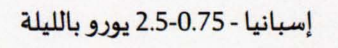
المصدر: التقارير السنوية، ومدخلات الخبراء، وتحليلات الفريق، والمواقع الإلكترونية الرسمية، والبيانات الصحفية



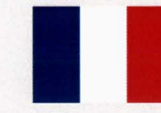
المقارنات المعيارية لضرائب السياحة

ضرائب الإقامة[1]





إسبانيا - 2.5-0.75 يورو بالليلة




فرنسا - 1.5-0.2 يورو بالليلة




إيطاليا - 0.35 -5 يورو بالليلة



كرواتيا - 1-0.25 يورو بالليلة

ضرائب المغادرة/صعود الطائرة[2]



أستراليا - ضريبة تنقل المسافرين
على الأفراد المغادرين (بعمر 12 عاماً فما فوق)
تبلغ الرسوم الحالية 60 دولار أسترالي



مصر - تدفع ضريبة المغادرة من قبل السيّاح
عند مغادرة البلاد
تبلغ الضريبة الحالية 25 إلى 35 دولار

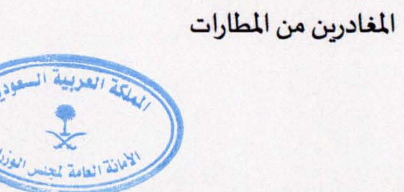



اليونان - تفرض رسوم على تذاكر الطيران للمسافرين المغادرين من
جميع المطارات اليونانية
بمعدل ثابت قدره 12 يورو لكل مسافر





كرواتيا – تُدفع رسوم المغادرة من قبل
المسافرين الداخليين
والدوليين (1.37 يورو)
المغادرين من المطارات



1. تمثل الضرائب رسوم كل شخص لليلة الواحدة بناء على فئة الفندق، 2. تطبق على النقل الجوي غالباً
المصدر: جمعية السياحة الأوروبية، وتحليلات الفريق



سيتم تمويل معظم ميزانية الوزارة من قبل الحكومة

مسارات التمويل	الوصف	1 الولايات المتحدة الأمريكية	2 إسبانيا	3 فرنسا	4 تايلاند	5 المملكة المتحدة	6 الإمارات العربية المتحدة -دبي	7 سنغافورة	8 أستراليا
		المكتب الوطني للسياحة والسفر ضمن وزارة التجارة	وزارة الصناعة والتجارة والسياحة	إدارة في وزارة الشؤون الأوروبية والخارجية	وزارة السياحة والرياضة	وزارة الثقافة والإعلام والرياضة	دائرة السياحة والتسويق التجاري	وزارة التجارة والصناعة	وزارة التجارة والسياحة والاستثمار
الجانب التنظيمي	رسوم الترخيص[1]								
	رسوم التصريح[2]	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗
الأنشطة التجارية	بيع البيانات البحثية[3]	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗
تطوير المهارات	التدريب والشهارات	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
الدعم الحكومي	تخصيص الميزانية[4]	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗
		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
التمويل عبر ضرائب السياحة		-90 %100	-90 %100	-90 %100	-90 %100	-90 %100	نحو 50%[5]	-90 %100	-90 %100

1. هذه هي الرسوم وفقاً للوائح التي تجمعها هيئات السياحة لإصدار رخصة للعمل كمشغل رحلات/ وكيل سفر في الوجهة - علاوة على ذلك، ثمة حاجة إلى رخص في دبي من دائرة السياحة والتسويق التجاري لإنشاء فندق أيضاً؛ 2. تشير هذه إلى الرسوم التي تتقاضاها دائرة السياحة والتسويق التجاري، إذ تندرج منظم الفعاليات ضمن فئة الرياضة أو الترفيه أو الأعمال التجارية أو الأزياء أو الفن أو الثقافة أو الفئات التي تحتاج إلى تذكرة أو لا تحتاج إليها مع بعض الاستثناءات كما هو منصوص عليه في النظام المتّبع؛ 3. يمثل سوق بيع التقارير البحثية الفنادق، ومطوري العقارات، ووكلاء السفر، ومنظمي الرحلات السياحية، وحدائق المغامرة، والحدائق الترفيهية؛ 4. تشير هذه إلى الأموال التي خصصتها الحكومة للوزارات؛ 5. تجمع دائرة السياحة والتسويق التجاري بين الأدوار التنظيمية والترويجية

المصدر: منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، ومدخلات الخبراء، وتحليلات الفريق، والمواقع الإلكترونية الرسمية



أهداف اجتماع اليوم

- طموحات وخارطة طريق قطاع السياحة في المملكة لعام 2030
- عرض استراتيجية السياحة ومستهدفاتها للمرحلة الأولى
- التباحث بشأن حوكمة قطاع السياحة في المملكة
- **ملخص النتائج والمتطلبات**





الملخص التنفيذي

طموح عام 2030

- زيارات مبيت إجمالية قدرها **120 مليون زيارة** (أفضل 5 وجهات عالمية)
- انخفاض **حجم الهدر في المملكة** من 11 مليون إلى 7 مليون زيارة في عام 2030
- مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي **بنسبة 15% تقريباً**
- توليد **حوالي 2 مليون** فرصة عمل بالمجمل في قطاع السياحة

خطة العمل لعام 2022

- يجب بناء **166 ألف** غرفة فندقية
- ثمة حاجة إلى نفقات رأسمالية **تزيد على 280 مليار ريال**
- ثمة حاجة إلى **39 مليون** مقعد طائرة إضافي سنوياً
- طاقة استيعابية قدرها **143%** في أبرز 3 مطارات سعودية حسب المسافر

حوكمة القطاع

- ترقية الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني إلى **وزارة السياحة**
- إنشاء **جهة مروّجة للسياحة** بميزانية إنشاء تبلغ **150 مليون ريال سعودي**
- تخصيص **1.6 مليار ريال سعودي للميزانية التشغيلية السنوية** لوزارة السياحة والجهة المروّجة
- تخصيص **16.8 مليار ريال سعودي لتوفير التمويل الأولي للمبادرات الاستراتيجية**

الدعم المطلوب في الوقت الراهن







- اعتماد استراتيجية السياحة لعام 2030 ☐
- اعتماد المرحلة الأولى من استراتيجية السياحة ومبادراتها ☐
- اعتماد حوكمة قطاع السياحة: ☐
  - إنشاء وزارة السياحة
  - إنشاء الجهة المروّجة للسياحة
  - إنشاء لجنة مجلس الوزراء حول السياحة
- اعتماد ميزانية وزارة السياحة، والجهة المروّجة للسياحة، والمبادرات الاستراتيجية ☐



ثمة خياران ينبغي النظر فيهما لإعلان الاستراتيجية

	الخيار الأول: تعميم النتائج وفق النطاق الحالي والبيانات الصحفية السابقة (باستثناء السياحة الدينية)	**الخيار الثاني**: تقديم النتائج الإجمالية مع توسيع نطاق هيئة السياحة (شاملة السياحة الدينية)
الزيارات	100 مليون زيارة	120 مليون زيارة
النسبة من إجمالي الناتج المحلي	%10	15%
فرص العمل الإضافية	ما يزيد عن مليون فرصة عمل إضافية	ما يزيد عن 1.4 مليون فرصة عمل إضافية





المملكة العربية السعودية
الأمانة العامة لمجلس الوزراء





إخلاء مسؤولية

لا تقدم شركة بوسطن كونسلتينج جروب خدمات الاستشارات القانونية أو المحاسبية أو الضريبية. ويكون العميل مسؤولاً عن الحصول على مشورة مستقلة فيما يخص هذه الأمور.

أُعدّت المواد الواردة في هذا العرض التقديمي لاستخدام مجلس الإدارة أو الإدارة العليا للعميل فقط أو لغايات محدودة مذكورة في العرض التقديمي. ولا يجوز نسخ هذه المواد أو تقديمها لأي شخص أو كيان آخر بخلاف العميل ("الأطراف الثالثة") دون الحصول على موافقة كتابية مسبقة من شركة بوسطن كونسلتينج جروب. وتمثل هذه المواد بؤرة تركيز للنقاش؛ وتعد ناقصة بدون التعليقات الشفهية المصاحبة ولا يمكن الاعتماد عليها كوثيقة منفردة. ولا يحق للأطراف الأخرى ومن غير المعقول بالنسبة لها أن تعتمد على هذه المواد لأي غاية كانت. وفي حدود أقصى ما يسمح به القانون (وفيما عدا ما وافقت عليه شركة بوسطن كونسلتينج جروب في صورة وثيقة كتابية)، لا تتحمل الشركة أية مسؤولية تجاه أي طرف خارجي. ويتنازل أي طرف خارجي بموجبه عن أية حقوق أو مطالبات قد تكون له في أي وقت تجاه شركة بوسطن كونسلتينج جروب فيما يتعلق بالخدمات وهذه الوثيقة وأية مواد أخرى بما في ذلك دقة وكمال هذه الخدمات أو الوثيقة أو المواد. ويعتبر استلام هذه الوثيقة والاطلاع عليها موافقةً على ما سبق.

لا تقدم شركة بوسطن كونسلتينج جروب أية تقييمات عادلة أو تثميناً لمعاملات السوق، ولا ينبغي الاعتماد على هذه المواد أو تفسيرها على هذا النحو. وإضافةً إلى ما سبق، تعتمد التقييمات المالية والمعلومات السوقية والمالية التقديرية والاستنتاجات الواردة في هذه المواد على منهجيات تقييم قياسية، وهي ليست تقديرات قاطعة ولا تضمنها شركة بوسطن كونسلتينج جروب. وقد استخدمت شركة بوسطن كونسلتينج جروب معلومات وافتراضات عامة و/أو سرية مقدمة لها من جانب العميل، ولم تتحقق شركة بوسطن كونسلتينج جروب على نحو مستقل من هذه البيانات والافتراضات المستخدمة في التحليلات. وستؤثر أي تغييرات في البيانات الأساسية أو الافتراضات التشغيلية، بلا شك، على التحليلات والاستنتاجات.











الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
Saudi Commission for Tourism & National Heritage
مستقبل وطن.. نبنيه معاً
scth.gov.sa
المملكة العربية السعودية
الأمانة العامة لمجلس الوزراء
المملكة العربية السعودية
الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني
مكتب الرئيس
البرقيات
Telegrams
President Office
Saudi Commission for Tourism & National Heritage